



المنظمة العربية للثقافة والعلوم
معهد البحوث والدراسات العربية

الإعلام العربي والإعلام الصهيوني

حافظ أبو حنيفة

قسم البحوث والدراسات الفلسطينية

١٩٧٣



الإعلام العربي
والإعلام الصهيوني



المنظمة العربية للثقافة والعلوم

معهد البحوث والدراسات العربية

الإعلام العربي و الإعلام الصهيوني

حماد فالح

قسم البحوث والدراسات الفلسطينية

١٩٧٣

مفردات البحث

الصفحة	الموضوع
١	تقديم
٧	١ - للدخل إلى علم الإعلام
٨	• الإعلام والتجربة
٩	• وسائل الإعلام وأدواته
١٠	• عصور الإعلام
١١	• الأنبياء أعظم الإعلاميين
١٢	• أركان الإعلام الأربعة
١٥	٤ - الاعلام الصهيوني وأساليبه القديمة
١٥	• الإعلام المضاد
١٩	• ذهنيات الإعلام الصهيوني
٢١	٣ - جوانب الإعلام الصهيوني
٢١	• الإعلام الديني
٢٣	• مرحلة تبيس الإعلام الديني
٢٧	٤ - الإعلام الصهيوني وأساليبه الحديثة
٢٧	• مقدمات الإعلام النفسي
٢٩	• الإعلام النفسي السافر
٣١	٥ - الأسلوب الماطفي والأسلوب المادي في الإعلام الصهيوني
٣٣	• الأسلوب للمادي

٣٧	٦ - الإعلام العربي وللؤامرة التي واجهها
٣٩	• قيود على الإعلام العربي
٤٠	• مقاومة الإعلام العربي
٤٣	٧ - الإعلام العربي الحديث وتجربة
٤٨	• حصيلة الوثيقة الإعلامية الجديدة
٤٩	٨ - إعلام له تاريخ منذ فجر الإسلام
٥٠	• الإعلام المحدث
٥٣	• الإعلام المحدث في الحرب
٥٤	• الإعلام المحدث في الدبلوماسية
٥٥	٩ - تاريخ الإعلام العربي بين فترات والقوة الضعيف
٥٧	• إعلام العصور الوسطى
٥٨	• الإعلام على مستوى القومية
٥٩	• بين الإعلام الداخلي والخارجي
٦١	١٠ - الإعلام الفلسطيني
٦١	• طبيعة الإعلام الفلسطيني
٦٣	• إعلام سنة ١٩٣٦
٦٣	• الإعلام وبيع ارض
٦٥	• الإعلام الفلسطيني في المرحلة الجديدة
٦٧	خلاصة البحث

المراجع

• الكتب المقدسة

• الدكتور عبد اللطيف حمزة : الإعلام في صدر الإسلام — القاهرة ١٩٧٠

• الدكتور عبد اللطيف حمزة : الإعلام والدعاية — بغداد ١٩٦٨

• الدكتور صبرى جرجس : التراث اليهودى الصهيونى — القاهرة ١٩٧٠

Sergyei Nilus : Protocol of Zion

(الترجمة العربية لمحمد خليفة التونسى — تقديم عباس محمود العقاد — الطبعة

الثانية — القاهرة — ١٩٦١)

Sigmund Freud : Moses and Monotheism, English edition 1953, London.

Weiss Rosmarin : Jewish Survival, New York — 1954.

• صحف ودوريات أخرى .

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تقديم

يقول علماء الاجتماع أن الإنسان كائن إجتماعى بطبيعته ، وكل الآداب العالمية تدبر إلى وحدة الفرد ، أى اضطراب الإنسان إلى العيش منفرداً ، باعتبارها مأساة لها فيها من مخالفة لطبيعة الإنسان . بل إن الإنسان قد وجد في هذا العالم وجوداً اجتماعياً باعتباره عضواً في أسرة تتألف منها جماعة ، وهو بفاعلية هذا الوجود كان دائم السعى إلى الحياة الاجتماعية في شتى صورها . . . ومنذ كان الإنسان إنساناً وهو في محاولات مستمرة الاندماج مع الآخرين أو لاندماج الآخرين في نفسه ، وعلى ضوء هذه الحقيقة الطبيعية في حياة الإنسان أصبح غير الإندماجين في نظار علم النفس مرضى بمرض يسمونه الانطواء .

وليس شك أن الحياة الاجتماعية ليست قاضرة على الإنسان وحده . . . فال مخلوقات كلها لها الحيوانات الاجتماعية الخاصة بها . . . لكن طبائع الحيوانات الاجتماعية تختلف باختلاف طبائع هذه المخلوقات . . . ثم تختلف عنها الحياة الاجتماعية عند الإنسان بأنها حياة أساسها الرغبة في التفاهم عن طريق العقل والوجدان ، وهو الطريق الذى يتفرد به الإنسان بين مخلوقات هذا العالم .

إن التفاهم بين الناس هو الأساس لكل العلاقات الإنسانية سواء كانت هذه العلاقات علاقات ثنائية أو علاقات جماعية ، فما من جزية من

جزئيات الحياة الاجتماعية عند الإنسان إلا وكانت الرغبة في التفاهم متصلة بها .. فهذا التفاهم ، هو أساس المشاركة في الحياة الزوجية وفي الصداقات بمختلف أنواعها .. وهو أساس المشاركة في الأعمال سواء كانت هذه الأعمال في مجالات الاقتصاد أو السياسة أو الفكر .. ثم هو يعد هذا كله أساس العلاقات بين الأمم .

والتفاهم بين الناس يقوم على دعامتين : الإستعداد للإقناع من جانب ، والإستعداد للإقتناع من الجانب الآخر ، سواء كان أحد هذين الجانبين أو كلاهما فرداً أو جماعة ، وهاتان الدعامتان للتفاهم تلعبان أصلاً من فطرة الإنسان بوصفه كائناً اجتماعياً قد تأسس كيانه على أعمال الفكر .. ولذلك كانت ولا زالت هاتان الدعامتان للتفاهم هما الشاغلان اللذان تتدقق بينهما تيارات الرأي العام في كل زمان وكل مكان . .

ولقد تكلم علماء الاجتماع كثيراً عن تكوين « الرأي العام » قديماً وحديثاً .. متى كان وكيف كان .. ثم متى يكون وكيف يكون .. وافترقا على أن الرأي العام في زمان وفي مكان معين هو التيار الفكري للجماعة التي تعيش هذا الزمان في حدود مكانية تنفس أو تضيق وفقاً للتفاعلات العامة التي تحيط بهذه الجماعة .

ثم طرأ على تفكير علماء الاجتماع سؤال هو : كيف ينشأ هذا التيار الفكري ، وكيف يتحرك ، وكيف يتغير بتغير الزمان والمكان ؟

وفي مجال الجواب عن هذا السؤال بالإجابات التي أصبحت معروفة ومندولة اجتماعياً — تفرعت عن هذا السؤال نفسه عدة أسئلة أخرى .

وفي كل محاولة للجواب عن سؤال منها تظهر طليعة من طلائع علم جديد هو علم « الإعلام » .

و « الإعلام » ككل علم ليس فيه من الإختراع بقدر ما فيه من المكتشفات التي تسفر عنها التجارب العلمية .

إن العلوم جميعاً لها أصول أو جذور كائنة بالفعل في طبيعة الحياة .. بعض هذه الجذور قد اكتشفت وبعضها ما يزال على طريق الاستكشاف المبني على التجارب والإختبار ... وما يجرى على سائر العلوم في مسارها التاريخي قد جرى على علم الإعلام فقد وجدت أسرار هذا العلم في طبائع الناس من خلال حياتهم الاجتماعية قبل أن يصبح الإعلام علماً يضمه تحت التجربة والاختبار .

فالإعلام — ككل العلوم ، قد نشأ على أنه معرفة من المعارف العامة ، ثم ما تلبث هذه المعرفة ، أن تخضع لتنظيمات العقل البشري فتصبح « علماً » وهكذا أصبح الإعلام علماً ، لكنه ما يزال علماً تحت التجربة لحدائته العلمية رغم قدمه من الناحية العملية ..

إن تجارب الحريين العالميتين الأولى والثانية وما تخطهما من استخدام سلاح الدعاية على نطاق ميداني واسع ، وما ظهر بين غزيرتهما من تطورات اجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة الإنسان — هذه التجارب بكل مناسبتها وما صاحبها وما لحق بها من تطورات علمية هي التي تحولت بالإعلام من دائرة المعارف إلى دائرة العلم القائم على تقنين المعرفة .

ولما كان الإعلام - كعلم - حديث العهد بالتكوين العلى ، فإنه ما يزال من العلوم التى تحتاج إلى المزيد من التشخيص والتقنين ، وأغلب الظن أن علم الإعلام سيطر بهذه الحاجة طويلاً نظراً للحركة الدائمة فى تكوين نظرياته تكوئناً يفضع لحركة الزمن وما يجد على هذه الحركة من وسائل جديدة للاتصال الذهنى بين الناس .

فالإعلام ، وهذا شأنه ، كان إلى عهد قريب مجرد فرع من فروع الدراسات الاجتماعية العامة ، لكن هذا الفرع ما لبث ، تحت احتياجات المجتمع نفسه ، أن تحول إلى علم مستقل ، ثم ما لبث هذا العلم الجديد أن فزع منه فروع تعدد الآن بتعدد وسائل الإعلام الحديثة المختلفة .

عل أن هذا التطور السريع فى تكوين علم الإعلام لا ينبى أن يلسنا حاجة هذا العلم إلى الشيء الكثير من الإضافات التى يستكمل بها أصوله وقواعده التى ما تزال تحت التجربة والاختبار حتى فصل بهذا العلم إلى قوانين ثابتة ، وأحسب أن عصرنا بالذات هو العصر الذى يسجل هذه القوانين ، ذلك أننا إذا قمنا بالعضد تقسباً ذهنياً على أساس اهتمامات الإنسان فى الحياة العامة - فإننا سنخرج بنتيجة محددة ، هى أن هذا العصر هو عصر الإعلام ، بعد أن دخل الإعلام بمختلف وسائله فى كل مرافق الحياة العامة . وفى كل منظمات الدول والجماعات ، وفى كل معارك الحياة ، سواء كانت معارك رأى أو معارك سلاح .

وليس شك أن المعركة الناشئة الآن بيننا وبين إسرائيل ، أو بتعبير على أعمق ، بين القومية العربية وبين الصهيونية - هى بالنسبة لنا أولى

المعارك التي تتطلب منا دراسة الإعلام علماً وعملاً على طبيعة الأشياء ،
لمصلحتنا القومية الخاصة بنهر تحيز ، وللمصلحة العالمية العامة بقهر مبالغة ...
وهذا ما سنحاول في هذا البحث محاولة بعضها مسبق وبعضها غير مسبق .
راجين من الله أن يهب لنا جانياً من جوانب التوفيق فيما نحن مقدمون
على بحثه .

أبريل سنة ١٩٧١

حافظ محمود

١ - المدخل إلى علم الإعلام

أصطلح علماء الإعلام على أن يصفوا هذا العلم الجديد بأنه « علم الاتصالات الإنسانية » . . . وقد جاء هذا الاصطلاح نتيجة أبحاث كثيرة حول وظيفة هذا العلم . . . وهي الأبحاث التي تلتقى عند نقطتين أساسيتين :
أولاً - أن وظيفة علم الإعلام مدارها « الإتصال بالجمهور » .

ثانياً - أن الغرض من وظيفة علم الإعلام هو « اقتناع الجمهور » .
وعلى ضوء هاتين النقطتين الأساسيتين حدد الإعلاميون أصحاب المهام الإعلامية بأنهم في هذا العصر :

• الخطيب .

• الكاتب .

• الصحفي .

• الملحق الصحفي .

• المذيع .

• موظف العلاقات العامة .

وليس شك أن أولئك لا يمثلون كل الوظائف الإعلامية .. فكل من يتولى أمراً من الأمور العامة يمكن أن يتحول إلى رجل إعلامي ، وكل مرفق عام يمكن أن يتحول جانباً من نشاطه إلى شيء من الإعلام . . .
لكن الوظائف الست التي ذكرناها هي أقرب الوظائف إلى طبيعة الإعلام أو التخصص فيه .

الإعلام والتجربة

وإذا كان مكان علم الإعلام بين العلوم يشير إلى أنه من العلوم النظرية، التي اصطلاح المتفقون على تسميتها باسم «العلوم الإنسانية» فإن هذا العلم الجديد، وفي التطبيق، يمكن أن يسير جنباً إلى جنب مع العلوم التجريبية.

ذلك أن «الإعلام» كوظيفة إجتماعية لا يمكن أن يقتصر النشاط فيه على النظريات وحدها. فالإعلام، كعمل، يعتمد دائماً على الحركة، والحركة في العمل الإعلامي تعتمد على ركيزتين:

الأول - أن العمل الإعلامي يتابع الجماهير في تحركاتها.

الثانية - أن طبيعة العمل الإعلامي تتغير بتغير الزمان والمكان.

ومعنى هذا أن العمل الإعلامي يقص كذا اتسعت الميادين الجماهيرية التي يظهر هذا العمل فيها.

ومعنى هذا أن العمل الإعلامي يقوم على غطاطات زمانية ومكانية. فإي يصلح منه لزمان أو مكان قد يصلح وقد لا يصلح لزمان أو مكان آخر. بل أن ما يصلح منه لزمان أو مكان معين قد لا يصلح لنفس الزمان أو نفس المكان إذا تغيرت المواقف أو الظروف التي يتابعها العمل الإعلامي.

وهكذا نرى أن علم الإعلام، وهو من حيث التقسيم العلمي، واحد من العلوم النظرية، إلا أنه من الناحية العملية يساير أساليب العلوم التجريبية التي تتشكل أوضاعها بأشكال الحياة العامة وما إليها من إحتياجات.

وسائل الإعلام وأدواته

على أن هذا التوصيف النظري والعملى لعلم الإعلام لا يتعرض لكل الوسائل الأساسية فى الإعلام، أى الوسائل الأولية التى تمتد عليها أية حركة إعلامية من أى نوع كانت، وهذه الوسائل الأولية لوجود أى كيان إعلامى هى :

• وسيلة الإرسال .

• وسيلة الإستقبال .

• وسيلة العرض بين الإرسال والإستقبال .

فلا بد، إذن، فى الإعلام من قوة دافعة بالكتلة أو الرأى من جانب إلى آخر . ثم قوة استعداد لاستقبال هذه الكتلة أو الرأى بأية صورة من صور الإستقبال، ثم قوة قادرة على الجمع بين هاتين القوتين بحيث يلتقى الدفع مع الاستعداد لتقبله فى تيار واحد يسميه علماء الإعلام تيار الرأى العام .. ويعبرون عن ذلك بقولهم أن « الإعلام والرأى العام وجهان لعملة واحدة » .

ومن هنا تبدو حقيقتان من حقائق علم الإعلام :

الأولى — أنه لا رأى عام بلا إعلام، أو لا إعلام بلا رأى عام .

الثانية — أن وسائل الإعلام الأساسية تتفق اتفاقاً عاماً مع أدواته .

فإذا نحن تساءلنا كيف يتكون الرأى العام — نجد أن الإعلام وراء الجواب عن هذا السؤال .

وإذا نحن استعرضنا الأدوات الإعلامية مثل الإذاعة أو الصحافة نجد

أن هناك تطابقاً بين مبادئها وبين الوسائل الإعلامية ، وهى الإرسال والإستقبال وعوامل الوصل بينهما .

وهكذا جمعت الطبيعة بين الأسس الثلاثة التى يعتمد الإعلام عليها وبين التكوين الفنى للأدوات التى يعتمد عليها فى الوظائف الإعلامية المختلفة .

عصور الإعلام

الواقع أن الإعلام يعتبر « الواجبة » بالنسبة لكل حضارة . فمما تكون الحضارة يكون إعلامها . وكما قسم حضارة الإنسان إلى عصور ، فنقول : العصر الحجري ، والعصر الفصحى ، وعصور الكهرباء ، ثم عصر الفضل — كذلك نجد للإعلام فى تطوره عصوراً خمسة كمسور الحضارة . والعصور الإعلامية الخمسة هى :

- ١ - عصر الرمز .
- ٢ - عصر الحفر .
- ٣ - عصر الإعلام الفردى .
- ٤ - عصر الإعلام الجماعى .
- ٥ - عصر الصحافة ومشتقاتها .

ولعل التفسير العملى لهذه العصور الإعلامية الخمسة هو التفسير الذى نصل إليه بتحديد أدوات الإعلام فى مختلف العصور .

فى العصور القديمة كان الإعتماد فى الإعلام على خمس هى : النار ، والطبول ، والحفر على الحجر ، والتسجيل على أوراق البردى ، ثم الإعلام بواسطة النداء الصوتى .

ثم جاءت عصور أخرى. عدت فيها أدوات الإعلام هي : الخطابة .
الطباعة ، والإشارة الضوئية ، والإذاعة .

ونحن حين نتابع عصور الإعلام وتطور أدواته نخرج بنتيجتين :

الأولى : أن عصور الإعلام بدأت بالنار ثم انتهت إلى النور .

الثانية : أن الأدوات الإعلامية يتداخل بعضها في بعض على مدى
العصور ، لكنها تأخذ في كل عصر صمة العصر نفسه وما طرأ عليه من
تطور الوسائل العلمية أو العملية التي تحقق الاتصال الفكري بين الناس .

الأنبياء أعظم الإعلاميين

على ضوء ما أسلفنا من الحقائق التاريخية بالنسبة للإعلام نستطيع
أن نقرر أن الإنسان كما هو اجتماعي بطبعه ، فإنه في نفس الوقت
إعلامي بطبعه ، فما من إنسان إلا ويمكن أن يكون إعلامياً مرسلاً ،
وإعلامياً مستقبلاً . أو إعلامياً موصلاً عن طريق إرادته أو إرادة غيره
من يتفاعل أو يتعامل معهم ككائن اجتماعي حي .

وفي هذا الضوء نفسه تبرز حقيقة من أقوى الحقائق في تاريخ الإعلام
هي إن الرسل والأنبياء هم أقوى وأقوم وأخلد الإعلاميين في التاريخ
الإنساني . . فما من نبي أو رسول إلا اعتد في نشر دعوته على الإعلام . .
وتولده من هذه الحقيقة حقيقة إعلامية أخرى هي أن الإعلام قوامه
الدعوة . .

ذلك أن ما من إعلامي إلا وله دعوة يدعو إليها . . وإذا كانت
الدعوات الإعلامية تلتقي عادة بآباء أصحابها أو بآباء أغراضها - فإن
من بين هذه الدعوات دهرات لا تنتهي بنهاية حياة أصحابها . وتلك فقط ،

أول على وجه التحديد، هي دعوات الأنبياء والمرسلين التي تمتد بخدم إلى ما شاء الله، لأن دعواتهم تعتمد في الإعلام بها أو عنها على كتب مقدسة تستمد من قسيتها صفة الخلود .

وإذا كانت الكتب السجارية كلها تحمل هذا الطابع الإعلامي المتميز ، فإن القرآن ، بالذات يضيف إلى هذا الطابع المتميز أكثر من قانون من القوانين التي تحكم الآداب الإعلامية ، مثل قوله :

« وجادلهم بالتي هي أحسن » .

« أدع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة » .

« لكم دينكم ولي دين » .

فهذه الدواهد الثلاثة من القرآن تطابق تماماً أحكام السبيل في العمل الإعلامي .

ذلك أن من المبادئ الإعلامية السليمة أن الإعلام ينتمش كلما كان جو الحرية الفكرية منتشاً ، بل إن علماء الإعلام يرون أن حرية الفكر هي الوطن الطبيعي للإعلام — لأنها الدعامة الأولى التي يعتمد عليها الإعلامي في تحريك الرأي العام ونقل الدعوة الإعلامية من ذهن إلى ذهن بين أذهان الناس .

أركان الإعلام الأربعة

بقي في هذا المدخل إلى علم الإعلام أن تلقى نظرة سريعة على أركان الإعلام الأربعة وهي :

٢ - الدعاية .

٣ - الإشاعة .

٤ - الإعلان .

الدعوة : هي أسمى أركان الإعلام لأنها لإعلام عن الحق في مواجهة الباطل .

الدعاية : هي حركة الترويج للذاهب سواء كانت هذه المذاهب خاصة أو عامة ، سواء كانت مذاهب حرب أو سلام ، وسواء كانت مذاهب فكر أو مذاهب حكم ، أو مذاهب عمل .

الإشاعة : هي الحركة الإعلامية المؤقتة التي تروج بحق أن يغير حق لفرض معين ، وهي الحركة التي تعتمد على ما يسمى في هذا العصر باسم « الحرب النفسية » .

الإعلان : هو السبيل إلى لفت الأنظار لسلع أو منتجات تجارية أو غير تجارية بقصد إجتذاب الناس إلى هذه السلع أو هذه المنتجات في زمان ومكان محددين .

وفي هذه الأركان الأربعة تختلف مذاهب علماء الإعلام .. فبعضهم يرى أن هذه الأركان كلها أركان إعلامية . وبعضهم ينزه الإعلام عن كل شيء إلا واجب الدعوة فقط .. ومهما كانت وجهات النظر المختلفة في ذلك - فما من ركن من هذه الأركان الأربعة إلا وله صلة بالوسائل والأدوات الإعلامية . .

ثم يتوسط بعض علماء الإعلام بين مختلف وجهات النظر هذه فيسمون بعضها إعلاماً نظيفاً ويسمون البعض الآخر إعلاماً غير نظيف .. وما تزال الأبحاث حول هذا الموضوع مفتوحة أمام الباحثين .

٢ - الاعلام الصهيوني

وأساليبه القديمة

كلما فتح الإنسان ميداناً من ميادين المارك بين الجماعات الإنسانية افتتح معه ميدان من ميادين الإعلام . . فالإعلام ، كتنطيق ، قد أصبح سلاحاً من أسلحة هذه المارك . . واستطرداً على هذه القاعدة فإن الحركة القائمة بين القومية العربية وبين مزاعم القومية اليهودية التي تتمثل في الحركة الصهيونية هي أولى المارك بالدراسة الإعلامية في الوقت الحاضر لصلتها المباشرة بنا وصلتها المباشرة أحياناً وغير المباشرة أحياناً بالعلاقات الدولية كلها . . ولكن تكون هذه الدراسة قائمة على أسس علمية وأسس واقعية منظمة ينبغي أن نبدأ هذه الدراسة من أطرافها البعيدة أولاً . . أي من الطرف المضاد . . ثم نستطرد بهذه الدراسة إلى الجوانب التي تعيش فيها .

على هذا الأساس سنبداً بدراسة الإعلام عند العدو من قديم وما طرأ على إعلامه من تطورات أو مخططات مختلفة . . إن الدراسة على هذا الأساس لا تجلو فقط هذه المخططات بالنسبة لنا ، بل أنها في نفس الوقت يمكن أن تعطينا نماذج إعلامية عديدة تستحق الفهم العميق ومن هذا الفهم العميق نستطيع نحن أن نضع المخططات الإعلامية على أسس علمية سليمة .

الإعلام المضاد

إن الخطوة الأولى في هذا البحث هي أن نضع أيدينا على طبيعة الإعلام الصهيوني . . نقول « الإعلام الصهيوني » لتصبح الخطأ الشائع بأن الإعلام المواجه للإعلام العربي هو الإعلام الإسرائيلي فقط . . ولتصبح هذا الخطأ الشائع ينبغي أن نسجل الحقيقة الواقعية الآتية :

• الإعلام الإسرائيلي ليس إلا جزءاً محدوداً من الإعلام الصهيوني .

• الإعلام الصهيوني - الذي يعتبر الإعلام الإسرائيلي جزءاً منه يمثل شبكة إعلامية واسعة الأطراف في محيط الإعلام الغربي المعاصر .

• الإعلام الإسرائيلي - كجزء غير منفصل عن الإعلام الصهيوني - يعتمد على :

(أ) إذاعة تل أبيب .

(ب) صحافة تل أبيب ، ومن أهمها صحيفتا « معارف » و « ها آرتس » .

(ج) معهد الأبحاث الإعلامية وقياس الرأي العام في إسرائيل .

(د) المد الإعلامي الذي تزرعه حكومة تل أبيب على جميع مؤسساتها داخل إسرائيل وخارجها ، فلو أن معركة الإعلام بين العرب وإسرائيل كانت قاصرة على هذا الإعلام « الإسرائيلي » المحدد لكان هناك مجال واسع لتكافؤ الفرص الإعلامية من زمن بعيد ، وبالمال ميزان هذا التكافؤ لصالح العرب في وقت سابق .

لكن الحقيقة الواقعة أن الإعلام الإسرائيلي ، إنما يتحرك في نطاق الإعلام الصهيوني الذي يملك الكثير من فرص الحركة في أغلبية دوائر الإعلام الغربي منذ وقت بعيد يرجع إلى ما قبل قيام إسرائيل ذاتها ، وهي الفرص الإعلامية التي عاوتها بالفعل على هذا القيام الإسرائيلي قبل أن يملك العرب بعضاً من هذه الفرص .

إن الإعلام الصهيوني يعتبر من الناحية المادية البعثة شريكاً بحق النصف على الأقل في سائر المرافق الإعلامية في العالم الخارجي كدور البشري داخل إسرائيل وخارجها .

والإذاعة والصحافة في كل من أمريكا وأوروبا الغربية والبلاد الأخرى التي كانت مغطاة بأجهزة الإعلام الغربي وإن لنا أن نتصور بحق أن الإعلام الغربي إن كان جريرة - فإن الإعلام الصهيوني هو شبه هذه الجريرة .

وأول ما يلفت النظر في الإعلام الصهيوني أنه يعتمد . ككل إعلام . على وسائل ظاهرة ، لكنه ، دون كل إعلام ، يعتمد في نفس الوقت على وسائل مستترة .

الوسائل الظاهرة في الإعلام الصهيوني هي :

- ملكية المؤسسات الإعلامية .
- السيطرة على القوى البشرية في الكثرة من أجهزة الإعلام الغربي .
- السيطرة على الكثير من مصادر تمويل أجهزة الإعلام ، وأهمها الإعانات .

الوسائل المستترة في الإعلام الصهيوني تتمثل في الاحتكارات الكلية أو الجزئية في الصناعات الآتية :

- الأفلام الخام التي تستخدم في السينما والتلفزيون .
- صناعة الورق والأحبار التي تستخدم في الطباعة عامة وطباعة الصحف خاصة .
- صناعة وهندسة آلات الطباعة .

من هذه الأبواب الظاهرة والمستترة تساق الإعلام الصهيوني أسوار الإعلام الغربي، وفيما يلي ثلاثة مواقع من المواقف الدالة على هذا التسلق :

١ - إلى منتصف سنة ١٩١٧ كانت جريدة نيويورك تيمس ، أولى الصحف الأمريكية ، تعارض الصهيونية معارضة إجمالية . ثم ظهرت هذه المعارضة على وجه التخصيص عندما ظهر في الأفق مشروع تصريح بلفور قبل إقراره من حكومة لندن في ٢ نوفمبر سنة ١٩١٧ . وكانت حكومة لندن في احتياجاتها إلى الدعم الأمريكي لموقفها من الحرب العالمية الأولى تتطلب تأييد حكومة وشعطن لهذا المشروع . فإذا بالإعلام الصهيوني يتحرك بسرعة في اتجاه أمريكا مولياً عناية خاصة بموقف جريدة نيويورك تيمس . واستخدم الإعلام الصهيوني في هذا التحرك وسيلة من وسائله المستترة ، وهي وسيلة القول عن طريق الإعلانات . ولجأة وجدت جريدة نيويورك تيمس نفسها أمام أحد أمرين : إما أن تعترف من الإعلانات التي يتدخل الإعلام الصهيوني في توزيعها ، وإما أن تظل مضربة عن قبول هذه الإعلانات . وما زالت الدائرة أو الضائقة المالية تحيط بتلك الجريدة حتى فتحت صفحاتها لهذه الإعلانات . وبالتالي فتحت هذه الصفحات للدعاية الصهيونية ، حتى جاء الوقت الذي اختلط فيه الإعلام الصهيوني بالإعلام الأمريكي على صفات هذه الجريدة .

٢ - إلى نهاية الحرب العالمية الثانية التي انتهت في مايو سنة ١٩٤٥ كانت الصهيونية تستر وراء أجهزة متعددة في منطقة الشرق الأوسط . . وذات يوم نشرت لي جريدة السياسة الأسبوعية . مقالا صريحاً في مناهضة التحركات الصهيونية التي كانت تتحفر إذ ذاك لإقامة إسرائيل على أرض فلسطين العربية . . وفي أعقاب نشر هذا المقال اكتشفت هذه الجريدة العربية القاهرية أنها تلاق أشد الصعوبات في الحصول على ورق وحبر الطباعة . وما إن طالبت هذه الأزمة حتى اكتشفت خلافاً في آلة الطباعة

التي تتبعها وأن هناك ما يشبه الإضراب عن إصلاح هذا الخلل من جانب المشتغلين الأجانب بهذه الصناعة . . ثم اكتشفت الجريدة أن أصابع الصهيونية كانت وراء هذا الموقف . . وقد أدى هذا الاكتشاف إلى إبعاد بعض الأجانب عن مصر عندما وضعت الجريدة تفاصيل هذا الموقف أمام السلطات الوطنية .

٣ - في السنة التالية للعدوان الإسرائيلي الأخير على الأراضي العربية حصل مندوبو التلفزيون الأمريكي على حديث من الرئيس الراحل جمال عبد الناصر ، واشترط عبد الناصر قبل الإدلاء بهذا الحديث أن يقول ما يريده صراحة وأن يذاع ما يقوله حقيقياً . وكان له ما أراد . . لكن . . كيف تصرف الإعلام الصهيوني المتأخم للإعلام العربي في هذا الموقف ؟

لقد شاهد الجمهور الأمريكي الزعيم العربي جمال عبد الناصر على الشاشة الصغيرة وهو يقدم حقائق الموقف سافرة . . لكن . . على نفس الشاشة وعلى نفس الشريط ، بلغة الإذاعيين ، وفي نفس اللحظة ظهرت صورة الزعيم الإسرائيلي بن جوريون وهو يتخاطب بالجمهور الأمريكي ، وكأنه ينطى جميع الحقائق ، لجمهور التلفزيون الأمريكي ؟!

{ ذهنيات الإعلام الصهيوني }

لقد أجمعنا فيما سبق وسائل الإعلام الصهيوني الظاهرة والمستترة في مختلف جوانبها المادية . . . لكن الإعلام الصهيوني له جوانب أخرى قد تكون أشد خطراً ، وهذه الجوانب هي الجوانب الذهنية في هذا الإعلام . . وهي خمسة جوانب .

١ - الإعلام الديني .

٢ - الإعلام النفسى العام .

٣ - الإعلام العاطفى الخاص .

٤ - الإعلام السياسى .

٥ - الإعلام الاقتصادى .

و هذه هى الجوانب التى سنحاول إلقاء الضوء عليها فيما يلى .

٣ - جوانب الإعلام الصهيوني

إن إلقاء الضوء على مختلف جوانب الإعلام الصهيوني من الناحية الذهنية يكشف حقيقة لا بد من إرازاها وهي إن هذا الإعلام قديم . . . أقدم من الصورة السياسية التي نرى الصهيونية عليها الآن ، وأقدم من الصورة الإعلامية المتعارف عليها الآن . . . إن هذا الإعلام ، بمفهومه القديم ، قد بدأ يتحرك في الدائرة اليهودية نفسها منذ بدأت هذه الدائرة قديماً في التشكل بشكل يختلف عن المنابت الأولى للديانة اليهودية ذاتها . . . ولهذا كان الإعلام الديني أول جوانب الإعلام الصهيوني في التقسيم العلى الذى تقسم به الإعلام الصهيوني على مدى الزمان .

الإعلام الديني :

المعروف من التاريخ أن النسخة الأصلية للكتاب المقدس عند اليهود ، وهو التوراة ، قد اختفت من هيكل سليمان عندما حرق الرومان هذا الهيكل قديماً . . . والمعروف أن أحبار اليهود بعد مرور أجيال على هذه الواقعة التاريخية يقدرها بعض المؤرخين بتسعمائة سنة - قد كتبوا التوراة من جديد . . . كتبوها تحت ظروف سياسية كانت تتمثل في الخلافات بين الفرق اليهودية ذاتها ثم بينها وبين الآخرين . . . وليس شك أن هذه الظروف قد انعكست على ما كتبوه منسوبة إلى التوراة الأصلية ، فلم تجد الأجيال اليهودية بين أيديها إلا هذه التوراة الجديدة التى ألح

الاحبار ومن حولهم الفكر الصهيوني في إقناع الناس بأن هذه هي التوراة ولا توراة سواها !

ويعتبر هذا الإلحاح أول تحرك إعلامي قامت به الصهيونية في طورها القديم . . . وزيادة في هذا الإلحاح ظهر كتاب « التلبود » وأحيط من جانب الإعلام الصهيوني القديم بالجور الذي جعل من هذا الكتاب سنداً في نظر اليهود على أن لهم « قومية » صائفة يسمعون إلى وجودها . . .

وقد ركز الإعلام الديني الصهيوني عن طريق هذين الكتائين وما تفرع عليهما من مخزعات الفكر الصهيوني على ما يأتي :

- أن اليهودية دين وقومية !
- أن اليهود هم « شعب الله المختار » ،
- أن هناك شيئاً اسمه « أرض المعاد » ،
- أن المقصود من « أرض المساد » هو الانطلاق إلى سائر الأجواء العالمية .
- أن نأر اليهود من غيرهم فضيلة !
- أن المفاهيم الخلقية المقررة عند غير اليهود ليست هي المفاهيم الصحيحة للأخلاق التي يتبناها اليهود !
- أن العلاقات الإنسانية سواء بين جماعة وجماعة أو بين المرأة والرجل لا بد أن تأخذ صورة أخرى غير ما اصطلاح عليه الآخرون . وأن بعض المحرمات في هذه العلاقات مباح لليهود وحدهم . ولا بأس من نشر هذه الإباحة بين الآخرين ما وجد اليهود سبيلاً إلى ذلك لإحكام قبضة اليهود على غيرهم (١) .

(١) برتوكولات حكماء صهيون .

والواضح من تركيز الإعلام الصهيوني الديني القديم على هذه النقطة السبع كان موجهاً أول الأمر إلى الأجيال اليهودية ذاتها ... لكن الفكر الصهيوني، بمرور الزمن قد اتجه إلى محاولة جديدة ظهرت منذ أربعة قرون ونصف قرن بظهور الحركة التي سميت بحركة الإصلاح الديني عند المسيحيين : وهي الحركة التي قام بها «مارتن لوثر» وأسفرت عن ظهور المذهب البروتستنتي .

من خلال هذه الحركة ظهر أول اقتناع إعلامي ديني من جانب الصهيونية القديمة . وذلك بأخذ كل مظاهر التأييد لحركة مارتن لوثر حتى اطمأن البروتستانت إلى هذا التأييد اليهودي الاطمئنان الذي مكن الإعلام الصهيوني القديم من إقحام الكثير من أساطيره في هذه الحركة .. وبذلك استطاع الإعلام الصهيوني القديم أن يخلق جواً من التعايش بين الفكر الصهيوني وبين جوانب الفكر المسيحي عند بعض الطوائف الغربية، وهو التعايش الذي استغلته الصهيونية في إعلامها الديني على أوسع نطاق ...

مرحلة تسييس الإعلام الديني^(١) :

وجاءت مرحلة تسييس الإعلام الصهيوني الديني .. ولهذه المرحلة ما قبلها وما بعدها ، إلا أن من أبرز أعمال هذه المرحلة عملين : عمل إعلامي سرى موجه إلى اليهود بالذات .. وعمل إعلامي علني موجه إلى المسيحيين بالذات .. وقد إختار الإعلام الصهيوني لكل من هذين العاملين التوقيت المناسب له .

العمل الأول : هو وضع دستور سرى للحركة الصهيونية تختلط فيه الأساطير الدينية بالأهداف السياسية ، وهو الدستور الذي كلف زعماء

(١) أي مزج الإعلام الديني بالسياسة .

الصبونية أجارهم بوضعه مرأ في نهايات القرن التاسع عشر ، ويعرف باسم «بروتوكولات حكماء صهيون» . وقد بلغ من شذوذ القوانين التي تضمنها هذا الكتاب بالنسبة لغير اليهود ، بل بالنسبة لغير الصهاينة ، إلى الحد الذي جعل الإعلام الصهيوني نفسه يقوم بحملة إنكار لما ظهر من نسخ هذا الكتاب ، وإن كان قليلا جداً ، في أيدي غير اليهود ...

العمل الثاني : هو وضع كتاب فلسفي جديد في أعقاب قيام إسرائيل يقصد به توجيه الرأي العام المسيحي ، وبخاصة في أمريكا ، وجهة الاطمئنان إلى المزاعم الصهيونية ... وقد وضعت هذا الكتاب الكاتبة الصهيونية الأمريكية «روز مارين»^(١) بعنوان «بقاء اليهودي» .. ويدور البحث في هذا الكتاب حول الفكرة الصهيونية من أن بقاء اليهود - بقاءهم على النحو الذي يصورونه - إنما هو ضرورة تاريخية لصالح المجتمع البشري !

وفي هذا الكتاب الموجه بالطبيعة إلى العالم الغربي المسيحي تنهى المؤلفة إلى هذه النهايات العجيبة :

- أن اليهود هم أصل الحضارة التي ينعم بها العالم الغربي قديماً وحديثاً :
- أن الكفاءات التي ظهرت في تاريخ الحضارة بين القديم والحديث تغلب عليها الطبيعة اليهودية !
- أن الكفاءات اليهودية ، أو على الأصح الصهيونية . هي التي تؤمن على اقتصاديات العالم !

• أن اليهود بطبيعتهم هم أكبر مصادر الإبداع في الفكر والفن والحكمة !

(١) مكان الطبع وتاريخه بليرورك ١٩٤٩ .

وواضح من عنوان هذا الكتاب ومن النهايات التي انتهى إليها البحث فيه أنه عمل من أعمال تسييس الإعلام الديني الصهيوني بقصد التعاطف مع الحركة الصهيونية في أهدافها باعتبار هذه الأهداف حقيقة معروفة تستحق التأييد من جانب الذين تدعى الصهيونية أنها هي التي أكتسبتهم كل هذه المزايا الحضارية .

وقد ظهر أثر هذا الكتاب واضحاً فيما يرد أحياناً من وصف بعض الساسة الأمريكيين للإسرائيليين بأنهم « شعب حضارى » ١

٤ - الإعلام الصهيوني

وأساليبه الحديثة

وقبنا في الحديث السابق عند مرحلة «تأسيس» الإعلام الديني من جانب الصهيونية .. وقلنا إن هذه المرحلة كان لها ما قبلها وما بعدها .. .
ودراسة ما قيل وما بعد هذه المرحلة يكشف النطاء عن الأساليب الحديثة في الإعلام الصهيوني مهما كان وزن هذه الأساليب من القيم .. ولقد كانت ولا تزال هذه الأساليب تستهدف أمرين :

١ - تفكيك الآخرين في معتقداتهم، سواء كانت معتقداتهم قديمة أو حديثة، خلق جو من التفكك العالمي يمين الصهيونية على تحقيق أغراضها .

٢ - محاولة تعبئة عواطف الآخرين لتلك الأغراض بشق الطرق .

لقد كان الإعلام الصهيوني في طريقه إلى هذين الهدفين ينتقل من الإعلام الديني إلى الإعلام النفسى ، وكانت لهذه النقلة مقدمات كثيرة بدأت منذ مائة سنة ، واحتوى فيها ، بمكر شديد ، بعض النظريات وبعض الشخصيات العلمية الحديثة .. وعلى ذلك بعض الأمثلة :

مقدمات الإعلام النفسى

• فى سنة ١٨٥٩ ظهر كتاب « أصل الأنواع » للعالم الإنجليزي « داروين » . وقد أكسب هذا الكتاب مؤلفه شهرة عالمية واسعة .. وكان الإعلام الصهيوني وراء العمل على تحقيق هذه الشهرة لداروين وكتابه ونظرياته كوسيلة لاحتوائه .. وفى ظل هذا الالتفاف الإعلامى الصهيوني

حول داروين ونظرياته أخرج داروين كتابه الثاني في سنة ١٨٧١ ، وهو كتاب « أصل الإنسان » ، وقد ظهرت بصيات الفكر الصهيوني على هذا الكتاب الجديد بما ورد فيه من نظريات ظاهرها العلم وباطنها التشكيك فيم أوردته الكتب المقدسة عن أصل الإنسان .

• في نفس هذه المرحلة ظهر الفيلسوف الفرنسي « رينان » داعياً إلى فلسفة السلام . • وظهر الفيلسوف الألماني نيتشه داعياً إلى فلسفة القوة التي لا تستبعد استخدام العنف من أساليب الحضارة المعاصرة .

وبنفس الانتماء الذي تحرك به الإعلام الصهيوني حول نظريات داروين قد التفت هذا الإعلام حول نظريات نيتشه ورينان رغم معارضة هذا لذلك . • وكان هدف الإعلام الصهيوني من ترويج نظريات نيتشه هو تبرير فلسفة العدوان الصهيوني وكأنها رد على عنف الآخرين . • أما هدف هذا الإعلام من ترويج نظريات رينان فقد وضع في تسخير رينان نفسه في حملة التهديد لكل من تحدّث نفسه بمعاداة السامية .

وليس شك أن شعار « معاداة السامية » لم يكن إلا من مختبرات الإعلام الصهيوني لخلق معركة فكرية تحمي نشاط الصهيونية داخل أوروبا وعارجها .

وبهذا الاختراع الإعلامي من جانب الصهيونية استطاع الإعلام الصهيوني أن يتسلق بعض معازل الفكر المسيحي على النحو الذي ظهر فيما بعد من محاولة تبرئة اليهود من دم المسيح ومحاولة إدخال الصهيونية في عداد المذاهب الفكرية التي تدرسها بعض لجان المجمع المسكوني المسيحي . • وقد ظهر هذا واضحاً في مؤتمر هذا المجمع الذي انعقد بمدينة نيودلهي في سنة ١٩٦٤ .

الإعلام النفسى السافر.

وهنا ينتقل الإعلام الصهيونى فى تاريخه إلى الإعلام النفسى السافر عن طريق العالم النفسى الشهير « فرويد » الذى عاش بين الثلث الأخير من القرن التاسع عشر والثلث الأول من القرن العشرين ، وكان احتواء عالم « السيكلوجى » فرويد أيسر على الحركة الصهيونية من سابقه .. ذلك أن هذا العالم النفسى قد نشأ بالفعل فى أسرة يهودية ، وقد ظهر طابع هذه الأسرة على تفكيره رغم تعبدته الإعلان مراراً عن الحادة .. وقد استغل الإعلام الصهيونى هذا الإعلان لتفغية الحركة الإعلامية التى استغلت فيها نظريات فرويد .

ومن المعروف أن « فرويد » هو صاحب نظرية « التحليل النفسى » وإن كان بعض الباحثين يؤكد أنه قد نقل هذه النظرية عن غيره ، إلا أن الإعلام الصهيونى قد ألصق هذه النظرية باسم فرويد وحده لثلاثة أسباب :

الأول : أن فرويد يتطابق فى نظرياته بين العلم الحديث وبين ما ورد فى كتاب اليهود « التلمود » عن الأحلام .

الثانى : لإصاق صفة مؤسس علم النفس الحديث باسم فرويد لإخفاء كل ما سبق إليه المفكرون العرب القدماء من إثبات الوجود النفسانى فى طبيعة الإنسان .

الثالث : إن فرويد يبرر فى نظرياته السيكلوجية إمكانية القاء الجنس بين الذين تعتبرهم الأديان الأخرى من « المحارم » فى العلاقات الجنسية . وهو تبرير يتطابق المذاهب الصهيونية .

وسواء كانت نظريات فرويد قائمة على منطقته العلمي الخاص أو كانت غائبة من أتباعه الأصلي لليهودية - فإن في هذه النظريات محتويات صهيونية ظاهرة ، وبخاصة حينما خرج عن الخط السيكلوجي بإصدار كتابه عن «موسى والتوحيد» .

لقد حاول فرويد أن يؤكد في هذا الكتاب زعمته الإلحادية - وسواء كان صادقاً أو غير صادق في هذا الادعاء - فإن النتائج التي انتهى إليها في هذا الكتاب تحت شعاراته السيكلوجية هي :

• أن الإنسان عدواني بالطبع ، فلا داعي للإسراف في النظريات الأخلاقية المضادة للحروب .

• أن الحرب في مضمونها وسيلة بقاء وليست وسيلة فناء سواء للقوى البشرية أو للقوى التقدمية في الحضارات .

• أن اليهود - تعقياً على ماسبق - حين يحاربون إنما يمارسون أساليباً «طبيعياً» لإزالة الاضطهاد عنهم .

ومهما كان احترامنا للجانب العلمي البحت في حياة العالم النفسى فرويد - فإننا لا نستطيع أن نغفیه من أنه بالتركيز على هذه النظريات كان قنطرة لانطلاق الإعلام النفسى الصهيونية . . . وهى حقيقة يؤكدها تردد فرويد نفسه على بعض الاجتماعات السرية لمؤسسى الصهيونية الحديثة وصادقته العلنية لم تزل مؤسسى الصهيونية الحديثة في سنة ١٨٩٦ وقد كان كلاهما مواطنين نمساويين .

• - الأسلوب العاطفي والأسلوب المادى

فى الإعلام الصهيونى

كان احتواء الإعلام الصهيونى لبعض نظريات عالم النفسيات فرويد نقطة الانطلاق إلى الجانب النفسى الحديث فى هذا الإعلام كانت بداية هذا المنطلق الإعلامى الماكر هى الاعتماد على النظريات التى سجلها فرويد بوصفه عالماً وروج لها الإعلام الصهيونى بشق الطرق أما مسيرة هذا المنطلق فقد أخذت أشكالاً أخرى تتمثل الآن فى الدعايات المغرضة للذين تأثروا تأثراً خاصاً بمدرسة فرويد من الشباب الغريين الذين ينشرون بمساعدة الإعلام الصهيونى مختلف الأفكار المضادة لقيم المجتمع الإنسانى مثل جماعة « الهيز » ومن سبقها ومن يخلدها فكراً أو عملاً . . .

إن الترويج من جانب الإعلام الصهيونى المتداخل فى الإعلام الغربى لهذه الظواهر الاجتماعية الشاذة له هدف صهيونى محدد ، هو تحقيق فكرة « التفكك العائلى والاجتماعى » ، وهى فكرة صهيونية بحته قام عليها الدليل العلمى فيما سبق .

وليس صحيحاً أن هذه الظواهر الشاذة قد جاءت عفواً ، أو فجأة ، أو نتيجة فقط لواقع المجتمع الحالى إن هذه كلها مبررات يبرزها الإعلام الصهيونى من وراء ستار . . . أما الحقيقة فتبدو واضحة من متابعة الحركة الأدبية والفنية فى عالم الغرب على إثر ظهور نظريات فرويد وما لحق بها من تخريجات فكرية تعتمد الإعلام الصهيونى أن يسبغ عليها صفة « العصرية » .

من هذه المتابعة ، بنظرة عليّة ، للإنتاج الفنى أو الأدبى فى عالم الغرب .
المفهوم بالإعلام الصهيونى نستطيع أن نلح انعكاسات نظريات فرويد .
على هذا الإنتاج . وليس شك أن الكثير من هذه الانعكاسات كان
نتيجة جو إعلامى صهيونى تغلفه أستار الفن والأدب دون أن يتبين أهل
الفن والأدب أنفسهم أنهم يعكسون أغراضاً صهيونية .

إننا نستطيع الآن أن نقين هذا بوضوح وبكل ما فيه من حسن النية-
لبعض أصحاب هذا الإنتاج منذ أكثر من جيل ، كما يبدو ذلك ، على سبيل
المثال ، فى قصة « الزينة الحمراء » لكاتب فجر القرن العشرين فى فرنسا
أما تولى فرانس . . . وهى القصة التى تركز فيها عقدة الرواية ، على ما كان
فرويد قد أعلنه من وجود مرضى « الساذم » ، أى العدوان الجنسّى ،
و « الماشوريم » أى تقبل هذا العدوان .

وقد كتب أنا تولى فرانس هذه القصة فى مرحلة انضمامه إلى الحركة
الاشتراكية فى فرنسا ، وهى الحركة التى تدخل فيها الإعلام الصهيونى فى
الحفاء دون أن يدرك مفكرو هذه الحركة ، كآنا تولى فرانس ، أنهم ضحايا
فكرية لبعض أغراض الإعلام الصهيونى المبرقع . . . إلا أن الإنتاج الفنى
لبعض هؤلاء المفكرين كان المقدمة الذهنية لتحلل الخلقى الذى سعى إليه
الإعلام الصهيونى بوسائله الظاهرة والمستترة تمهيداً للرحلة التى ينب فيها
هذا الإعلام على المخططات الفكرية فى عالم الغرب لبث الأفكار الصهيونية ،
كما حدث بالفعل فيما بين نهاية الحرب العالمية الثانية سنة ١٩٤٥ وحرب
الشرق الأوسط فى سنة ١٩٦٧ .

وكانت هذه هى مرحلة الإعلام الصهيونى النفسى ، وقد اتسمت هذه
المرحلة فى العالم الغربى بما يأتى :
* ازدياد الجرائم الجنسية .

• توصيف الجرائم الجنسية من جانب مرتكبها توصيفاً اجتماعياً وفلسفياً .

• الخلط بين الجرائم الجنسية وبين بعض الآراء السياسية المتطرفة عند الشباب .

• محاولة نقل هذه الموجة من شباب الغرب إلى غورم من شباب العالم .

وهذه المرحلة من مراحل الإعلام النفسى عند الصهيونية هى التى تسميها بمرحلة الإعلام العاطفى .

الأسلوب المادى

وان كانت مراحل الإعلام الصهيونى السابقة تعتمد غالباً على تحريك الجوانب المعنوية عند الآخرين نحو الأفراس الصهيونية — فإن هذه المراحل جميعاً تتجمع بكل أسبابها وتنتائجها عند الأسلوب المادى الذى عمد إليه الإعلام الصهيونى ، وهو الأسلوب الذى ظهر بين الحربين العالميتين الأولى والثانية على مستويين : المستوى السياسى ، والمستوى الاقتصادى .

على المستوى السياسى : تدخل الإعلام الصهيونى سنة ١٩١٧ فى جر أمريكا إلى الحرب بعد أن كانت الولايات الأمريكية المتحدة تقف فى سياستها بمنزل من تلك الحرب . . وكانت وسيلة الإعلام الصهيونى السياسى ، إلى ذلك هى تعبئة رأى العام الأمريكى عن طريق الصحافة والإنصالات المباشرة لأن تأخذ أمريكا زمام المبادرة لتصفية الحرب العالمية الأولى من طريق الإشتراك فيها إشتراك المتفضل ، الذى يندو

له حق المشاركة « السامية » في وضع الأسس الدولية التي تلى فترة الحرب . . .

وقد أغرى الإعلام الصهيوني السياسي الرئيس الأمريكي ويلسن سنة ١٩١٧ بهذا الرأي . وكان ثمن موافقته على المساعي الصهيونية رياسته لمؤتمر السلام عقب إعلان الهدنة في ١١ نوفمبر سنة ١٩١٨ . أما الثمن الذي تقاضته الصهيونية على هذه المساعي فهو تأييد أمريكا لتصريح بالفور الصادر لحسابها من حكومة لندن .

وعلى المستوى الاقتصادي : نشط الإعلام الصهيوني لإقناع الرأي العام بين حلفاء أوروبا الغربية خلال الحرب العالمية الأولى بأنه لولا بيت « روتشلد » اليهودي وما قدمه من قروض خلال سنى الحرب إلى كل من بريطانيا وفرنسا لمجر أولئك الحلفاء عن مواصلة الحرب . وعلى ذلك ملاحظتان :

الأولى : أن الإعلام الصهيوني الاقتصادي أغفل الأعباء التي كانت تقع على المواطنين في كل من بريطانيا وفرنسا لتظهر قروض روتشلد وكأنها عملية إنقاذ .

الثانية : أن الضجة التي أثارها الإعلام الصهيوني الاقتصادي حول هذا الموضوع حملت حكومة لندن على أن توجه تصريح بالفور إلى روتشلد شخصياً ككافأة له ، أو للصهاينة في شخصه .

أما في الحرب العالمية الثانية وما تلاها فقد ارتكز الإعلام الصهيوني الاقتصادي على ركيزتين :

الأولى : الزعم بأن الاضطهاد الذي أصاب اليهود في ألمانيا المحتلة

كان في عداد حساباته أن الصهاينة قد اشتركوا في تخريب الاقتصاد في ألمانيا المحتلة لحساب حلفاء الغرب .

الثانية : أن الحرب العالمية الثانية قد أدت إلى خروج دول الاستثمار ، عسكرياً ، من كثير من الأراضي التي كانت تحتلها وأن الاقتصاد الصهيوني يمكن أن يكون البديل لهذا الاستثمار بالاتفاق مع مراكز القوة الاقتصادية في العالم الغربي .

وعند هذه النقطة الأخيرة يجدر بنا أن نقف وقفة دراسية أمام اصطباغ الإعلام الصهيوني بالصبغة الاقتصادية . . . وهو أمر يظهر بوضوح في التخلخل الاقتصادي ، علناً في بعض الأحيان وسراً في كثير من الأحيان ، في أسواق التجارة داخل عدد من الدول الأفريقية التي استقلت أخيراً . . . وفي هذه الدراسة نقدم المثل الآتي :

كانت إحدى الدول الأفريقية النامية قد تعاقدت مع دولة صديقة لها على إستيراد صفقة كبيرة من الدراجات ، وسلبت الدولة الصديقة إلى هذه الدولة الأفريقية النامية ما طلبت . . . لكن الناس في هذه الدولة قد لاحظوا أن الدراجات المستوردة من أصدقائهم مطلية باللون الأسود وهو طلاء غير مألوف أو غير مرغوب فيه عند أولئك الناس . . . وسرطن ما تدخل الإعلام الاقتصادي الصهيوني تدخلًا أسفر عن إستيراد صفقة دراجات أخرى مطلية دراجاتها باللون الأحمر الذي يقبل عليه جمهور هذه الدولة . . . وكانت الجهة المصدرة هي إسرائيل .

ولكني تدرك دقائق هذه الواقعة التي وقعت في منتصف الستينات ينبغي أن نواجه حقيقة إعلامية خطيرة ما تزال قائمة في أكثر من ركن من أركان أفريقيا :

هذه الحقيقة أن وسائل الإعلام في كثير من الدول الأفريقية المستقلة حديثاً - وهي الوسائل التي تتناقص في المؤسسات الصحفية - لم تكن ما قبل عصر الإستقلال في أيدي الأفريقيين . . كانت غالبيتها الساحقة في أيدي الصحفيين الغربيين سواء من ناحية التمويل أو اللغة أو الأيدي العاملة في التحرير والإخراج . . وكان الإعلام الصهيوني منذ قيام إسرائيل في سنة ١٩٤٨ يتسرب شيئاً فشيئاً إلى هذه المؤسسات الصحفية . إما عن طريق الخانات وإما عن طريق المشاركة في التحرير . .

إن المؤسسات الصحفية في أفريقيا ما يزال ٣٧ في المائة منها ، حتى الآن ، واقفاً تحت تأثير هذه المشاركة . .

وإلى هذا الحد نكون قد ألقينا الضوء على جميع جوانب الإعلام الصهيوني بكل أساليبه العاطفية والمادية .

٦ - الاعلام العربي

والمؤامرة التي واجهها

كانت الإحاطة بكل جوانب الإعلام الصهيوني ضرورة علمية للدخول في دراسة الإعلام العربي.. فالإعلام إنما ينشأ أصلاً في مواجهة شيء . وليس هناك شيء في مواجهة الإعلام العربي أخطر من الإعلام الصهيوني... إن هذين الإعلامين كانا وسيكونان دائماً في حالة مواجهة مهما تقابلت أو تنافرت وسائل وأهداف كل منهما .

وإذا كانت دراسة الإعلام الصهيوني قد أدخلتنا في تفاصيل متعددة قد نحتاج أو لا نحتاج للدخول في مثلها بالنسبة لدراسة الإعلام العربي ، فلأن مقدمات البحث تختم علينا أن نعرف ، بكل ما هو أقرب إلى الدقة ، ما هو موقف الإعلام العربي .. أين هو .. وماذا هو .. وكيف وفيما يتحرك على ضوء البحث العلمي .

وأول ما ينبغي أن نتعرف عليه ما يأتي :

- ما هي الفرص التي كانت أمام كل من الإعلامين العربي والصهيوني .
- ما هو مدى الاستفادة من الفرص التي أتاحت لكل من هذين الإعلامين .
- ما هي الظروف التي عاش فيها سواء من الناحية الزمانية أو المكانية لكل منهما .
- ماذا كان حظ كل إعلام من هذين الإعلامين من تكافؤ أو عدم تكافؤ الفرص .

• كيف عالج كل منهما التكافؤ وعدم التكافؤ في الفرص .

وعلى ضوء هذه القواعد الأساسية للبحث ينبغي أن تكون النظرة العلمية إلى الإعلام العربي . . وسنجد وراء هذه النظرة أن كل ما قلناه أو فصلناه عن الإعلام الصهيوني كان مادة أساسية لازمة لدراسة الإعلام العربي .

إن ما قلناه أو فصلناه في دراسة الإعلام الصهيوني يغنيننا عن كثير في دراسة الإعلام العربي . لأنه يبين لنا الخط المضاد لهذا الإعلام وطريقة المسار فيه سواء بالنسبة للماضي أو الحاضر أو المستقبل . . وفي هذا المسار تبدو الحقائق الآتية :

• إن مواجهة الدبلوماسية للدبلوماسية بلا إعلام تعتبر عملاً ، من أعمال الضياع .

• إن مواجهة الجيوش للجيوش بلا إعلام تعتبر غفلة غير مأمونة .

• إن مواجهة فقط الضعف بلا موارد في مسار الإعلام تعتبر سبيلاً إلى القوة .

وقد ترتب على ثبوت هذه الحقائق فعلاً أن الدبلوماسية العربية الحديثة عرفت طريق الإعلام ، وأن المواجهة العسكرية من جانب العرب قد انتهت إلى أخطار هذا الطريق . . وبقى على الدراسات الإعلامية العربية أن تحدد مراكز الضعف في الإعلام العربي قبل الإشادة بمراكز القوة فيه بعد أن ثبت بالبحث أن معرفة نقط الضعف هي أول الطريق إلى مراكز القوة في أية تحركات عامة . وفي مقدمتها التحركات الإعلامية .

قبود على الاعلام العربي

يمينا على إدراك نقط الضعف في الإعلام العربي أننا لم نكن السبب المباشر لها .. كان السبب المباشر لها ما أحاط العالم العربي قبل المرحلة التاريخية التي نعيشها من قبود الاستعمار . وأمامنا مثلاً صارخان من أمثلة هذه القبود :

المثل الأول : بينما تحركت القوى الوطنية المصرية في أعقاب الحرب العالمية الأولى في شهر نوفمبر سنة ١٩١٨ للبطالية بالاستقلال ، وعندما تابع المواطنون في مصر هذه الحركة متابعة بلغت مبلغ الثورة في شهر مارس سنة ١٩١٩ - ماذا كانت تملك وسائل الإعلام المصرية خلال هذه الأشهر ؟

لاشيء...! لقد كانت الصحافة المصرية تحت الرقابة الإنجليزية .. كانت الصحف خلال هذه الأشهر الأربعة تصدر وبعض أنهارها أبيض لا حروف فيه وسائر الأنهر لا إشارة فيها إلى هذه الحركة !!

المثل الثاني : ما حدث قبل ذلك بهام بالنسبة لفلسطين .. لقد صدر تصريح بلفور في ٢ نوفمبر سنة ١٩١٧ .. صدر في لندن .. لكن من الذي سمع به يومئذ في القدس ؟

لا أحد غير اليهود الذين صدر هذا التصريح لصالحهم والإنجليز الذين أصدروا هذا التصريح وبعض طلاب الحكم الذين كانوا يدورون في الفلك البريطاني . وحتى هؤلاء ، كان مدى علمهم به موصوفاً بالوصف الذي أرادت بريطانيا أن تقنعهم به !

هذان المثالان الصارخان يمثلان انعدام الفرص الإعلامية إذ ذاك ،

وراذ ذلك ليس بعيد ، إنه منذ نصف قرن فقط ، بالنسبة للعرب ، بينما كان الإعلام المضاد لا يملك الفرصة فقط ، بل وسيستطيع أن يصنعهما ..
ولهذا فإن أى باحث في الإعلام العربى لا يمكن أن تغالجه أية شبهة ضمير وهو يشخص نقاط الضعف في هذا الإعلام ، وهى النقاط التى نلتزم فيها الجواب الفنى بالبحث .

وتتلخص نقاط الضعف فى :

١ - النقص الظاهر فى وجود صحافة عربية تنطق باللغات الأجنبية التى تصلح لمخاطبة من يخاطبهم الإعلام العربى فى معاركه سواء كانت هذه الصحف داخل العالم العربى أو خارجه .

٢ - عدم الالتفات إلى أهمية المحللين النفسيين فى وضع غخططات الإعلام العربى .

٣ - عدم الالتفات إلى أهمية الدور الذى يلعبه أن تقوم به أجهزة إعلامية مسيحية عربية فى مواجهة الإعلام الدينى الصهيونى فى العالم الخارجى المسيحى .

٤ - التورط فى الماضى أحياناً فى استئجار مساحات من بعض صفحات الصحف الأجنبية يقصد نشر البيانات العربية فى هذه المساحات .. وقد كانت هذه الوسيلة عكسية النتائج لأنها كانت تعطى الفرصة للإعلام المضاد بأن هذه البيانات ليست إلا إعلانات « مأجورة » لا تستحق الالتفات .

مقاومة الإعلام العربى

لكن ... هل كانت هذه هى الحال دائماً بالنسبة للإعلام العربى فى مراحلهِ الأخيرة ؟

الواقع أن الإعلام العربي كانت له في بعض هذه المراحل جولات مضادة لمثل هذه الأخطاء الفنية في الإعلام . . فقد عرف الإعلام العربي في الأجيال القريية الماضية الأنشطة التالية .

. تحركات الداعية الإسلامى العربى المصرى الأستاذ محمد عبده بين بلاد الوطن العربى وبين أوروبا الغربية في ثمانينات القرن التاسع عشر مع المصلح الإسلامى جمال الدين الأفغانى ، وإنشائهما جريدة « العروة الوثقى » في باريس .

. تحركات الداعية العربى السورى السيد عبد الرحمن السكواكى التى غطت معظم مساحات آسيا وأفريقيا لشرح القضايا العربية في أواخر القرن التاسع عشر .

. اعتماد الزعيم المصرى مصطفى كامل في فجر القرن العشرين في إعلامه على صيغتين أنشأهما باللغة الإنجليزية واللغة الفرنسية في القاهرة وهما جريدتا « ذى استاندر » و « لى تاندار » . . وتكرار جولاته الإعلامية في وروبا والحطابة فيها باللغة الفرنسية .

. اشتراك السيامى المصرى محمد فريد في بعض الحركات الإعلامية الأوربية خلال الحرب العالمية الأولى بقصد وحدة الفكر الحر فى مواجهة الإستعمار .

. المؤتمرات الوطنية التى عقدها الدعاة السوريون والفلسطينيون والمصريون في أكثر من عاصمة من عواصم أوروبا خلال تلك الفترة .

. المؤتمرات الصحفية التى كان يعقدها الزعيم المصرى سعد زغول في كل من لندن وباريس فيما بين سنتى ١٩١٩ ، ١٩٢١ . وتشجيعه على إنشاء صحف فرنسية اللغة تصدر في القاهرة .

هذه الانشطة وما شابهها دليل مادمى على أن الإعلام العربى لم يكن فى كل مراحل التاريخية القريبة العهد بنا إعلاماً ناقصاً وبثبوت هذه الحقيقة تظهر الحقيقة الخطيرة الأخرى فى تاريخ الإعلام العربى المعاصر ، وهى حقيقة محاصرة هذا الإعلام بقوة البطش ، لا بقوة الإعلام المضاد فى الوقت الذى اختاره الآخرون لدفع عجلة الصهيونية إلى نقطة إرتكازها على أرض فلسطين المحتلة . . وكان هذا الوقت بالذات هو الذى سارت فيه سياسة الحرب العالمية الأولى لصالح الصهيونية التى حصلت على وعد بالفور . ثم لصالح الإستعمار الذى اقتسم فى خواتيم هذه الحرب السلطان على العالم العربى ، ووثق هاتين النتيجةتين بتصديق مؤتمر الصلح ومجلس عصبة الأمم على هاتين النتيجةتين . . .

فى هذه الفترة بالذات خنفت السلطات الناشئة بقوتها أعناق الإعلام العربى لكن هذا الإعلام ما زال يقاوم هذا الإختناق شيئاً فشيئاً حتى بدأ يتنفس من جديد مستفيداً الشيء الكثير من أخطاء الماضى ونجربته .

٧ - الاعلام العربي الحديث

وتجربة الخطأ والصواب

ليس من شأن الدراسات العلمية أن تخلق المآذير لأحد ، لكن من أهداف هذه الدراسات أن تبرز التجربة بكل ما فيها من خطأ وصواب .. وهذا ما حاولناه في الحديث السابق قبل أن ننتقل في هذا الحديث إلى ما دخل في الإعلام العربي الجديد من نتائج هذه التجربة .

إن ما حدث على الصعيد العربي منذ العدوان الثلاثي على مصر في سنة ١٩٥٦ وما تلا ذلك من الأحداث التي اجتاحت العالم العربي قد طوى صفحة الإعلام العربي السابق وفتح صفحة جديدة لإعلام عربي جديد ..

فالإعلام العربي الجديد هو في الواقع وليد نصف جيل .. لكن هذا الوليد الجديد قد ورث أشياء كثيرة بعضها لصالحه وبعضها في غير صالحه . ولقد تناولنا في الحديث السابق بالصراحة العلنية ما لم يكن في صالح هذا الإعلام .. أما في هذا الحديث فسوف نسجل للإعلام العربي الحديث صورة من صور الوثبة الجديدة في هذا الإعلام .. ولكي تكون هذه الصورة واضحة لا بد من التقديم لها بما يأتي :

• أن نضع في الاعتبار عمر الإعلام العربي المعاصر بالنسبة لغيره وبالنسبة لنفسه أيضاً .

• أن نضع في الاعتبار أننا هنا نعالى « صورة » ، ولسنا نقدم تقريراً شاملاً .

• أن هذه الصورة إن ظهرت من بعض جوانبها صورة مصيرية فلم يبق

متفق عليه هو أن الإعلام « المصري » في المراحل التي تحدث عنها
إعلام « عربي » يملكه كل عربي .

« إننا نرسم هذه الصورة من عناصر واقعية بلا تعليق على هذه العناصر
ليظل البحث محتفظاً بطابعه العلمي .

وتتألف عناصر الصورة الجديدة للإعلام العربي في مواجهة الإعلام
المضاد من :

١ - عناصر إذاعية .

٢ - عناصر صحفية .

٣ - عناصر فردية .

٤ - عناصر جماعية .

في العناصر الإذاعية : نذكر أن إذاعة القاهرة مزودة الآن ببرامج
الإذاعات الموجهة التي تخاطب العالم الخارجي بأربع وثلاثين لغة ، منها
اللغات السائدة في أوروبا وأمريكا : كالإنجليزية والفرنسية والروسية
والإيطالية والألمانية والأسبانية . . ومنها اللغات السائدة في بعض
بقاع آسيا وأفريقيا كاللغة الأردنية والاندونيسية ولغات السواحل في
أفريقيا ، الخ الخ .

وقد أعدت إذاعة القاهرة لهذه البرامج منهجين : منهج هندسي يستمر
سماع صوت القاهرة في مختلف أنحاء العالم . . ومنهج ذهني بتقديم البرامج
التي تهتم كل بلد من بلاد العالم حول نشرات الأخبار .

وأفردت إذاعة القاهرة إلى جانب هذا كله موجات خاصة لإذاعة
عبرية تخاطب العدو بلغته في عدة برامج سياسية وفنية ، ووجهة .

في العناصر الصحفية : قامت تحركات واسعة النطاق من جانب الصحفيين
العرب ، فلم يعد الصحفي العربي يمارس مهامه من عاصمة بلده وحدها .
بل أصبحت البعث الصحفية إلى جميع أنحاء العالم كالبعث الدبلوماسية
لا تتجاوز عن أية منطقة من مناطق العالم . . فضلا عن الاشتراك الإيجابي
من جانب الصحفيين العرب في كل المؤتمرات الدولية للصحافة والمشاركة
في وضع قراراتها مشاركة أفاد منها الإعلام العربي الشيء الكثير .

في العناصر الفردية : استطاع مؤتمر الطلبة المبعوثين في الخارج الذي
انعقد باسكندرية منذ سنوات أن يضع مخططات إيجابية لأفراد هذه
البعوث في صلاتهم الخاصة بمن يخاطبونهم في الخارج . . فإذا عرفنا أن
هؤلاء المبعوثين يعدون بعشرات الألوف وأنهم منبثون في جميع أنحاء
العالم - فإن هذه العناصر كانت عاملا فعالا في وثبة الإعلام العربي الجديد .

في العناصر الجماعية : التي يمكن أن نسميها باسم « العناصر العامة » .
ظهرت في أعقاب عدوان ١٩٦٧ الإسرائيلي عناصر جديدة تخدم الإعلام
العربي بطريق غير مباشر وإن كانت أقوى من بعض العناصر المباشرة .
وهذه العناصر هي :

• حركات الإتصال التي تتصلها أجهزة المجالس الأعلى للشئون الإسلامية
في القاهرة بشباب من ثلاثة وسبعين شعباً ، وتجاوب أولئك الشباب مع هذه
الحركات .

• الإعداد الجديد لأجهزة هيئة الإستعلامات في القاهرة وتنسيق

العمل بينها وبين أجهزة الإستعلامات في العالم العربي .. والأشرطة والمصنفات التي تعدها هذه الهيئة بمختلف اللغات ووضع خطط توزيعها في الخارج .

• الدراسات التي تمدها أجهزة جامعة الدول العربية لمؤتمرات وزراء الإعلام من جهة ولمسكاتب الجامعة في الخارج من جهة أخرى .

• إضافة مادة الإعلام إلى مواد الدراسة في معهد الدراسات العربية التابع لجامعة الدول العربية .

• ظهور معهد جديد للإعلام بجامعة القاهرة .

هذه كلها خامات جديدة في التطبيق العلمي للإعلام العربي ... وهو التطبيق الإعلامي الذي ساعد على ظهور تيارات فكرية جديدة في الحركة بين العرب وإسرائيل . وهي التيارات التي نلخصها فيما يلي كوثيقة من وثائق الوثبة الجديدة في الإعلام العربي :

١ - الزيادة الشاملة في عدد الأصوات التي تصوت الآن في الأمم المتحدة إلى جانب العرب .

٢ - ميل ميزان الصحافة العالمية لصالح العرب وتوجهها النقد لإسرائيل ، وهي ظاهرة لم يعرفها الإعلام الغربي إلا الآن .

٣ - النداء العالمي الذي أذاعه الفاتيكان باسم البابا بول السادس منذ فترة قصيرة داعياً فيه إلى حل مشكلة الشرق الأوسط حلاً سلمياً وصيانة مقدسات القدس ورعاية حقوق الفلسطينيين العرب في بلادهم . وهو أول نداء بابوي من نوعه بهذا الأسلوب منذ قيام إسرائيل .

٤ - تعليق جريدة الفاتيكان على نداء البابا وصداه في إسرائيل بما يعتبر هجوماً على السياسة الإسرائيلية غير مسبوق من هذه الصحيفة بالذات وما لها من مصلك محاييد .

٥ — تحرك البعثة الدبلوماسية للفاتيكان في القدس يقصد تحذير حكومة إسرائيل من العدوان على المقدسات الدينية .

٦ — تقديم شكوى شفوية على لسان أبا إيمان وزير خارجية إسرائيل إلى الدكتور جوناثان يارنج مبعوث الأمم المتحدة في النزاع العربي الإسرائيلي ، وكان موضوع هذه الشكوى ارتفاع الأصوات المؤيدة إعلامياً للعرب على الأصوات المؤيدة لإسرائيل .

٧ — ظهور مجلة إنجليزية جديدة باسم مجلة الشرق الأوسط ، ومقرها لندن وسياساتها معارضة الصحف المؤيدة لإسرائيل .

٨ — تنظيم أسابيع مشتركة في عدد غير قليل من دول أوروبا لوسائل الإعلام ، كالسبينا والإذاعة وما في هذه الأسابيع المشتركة من دعوة للحق العربي بطريق مباشر أو غير مباشر .

٩ — ظهور أصوات ، ولو قليلة ، من داخل إسرائيل ، تعارض ، لأول مرة ، مخططات يونيو سنة ١٩٦٧ .

١٠ — إيفاد مندوب على مستوى كبير من جهاز الإعلام في الأمم المتحدة إلى مصر لإجراء تقاضم على المستوى الفني مع أجهزة الإعلام العربي .

حصيلة الوثيقة الإعلامية الجديدة

ماذا تدل عليه هذه الظواهر الجديدة من الناحية الإعلامية ؟

أنها تدل على ما يأتى :

• أن الإعلام ، ككل شيء فى الوجود الفكرى للإنسان ، يعتمد على الكيف أكثر من اعتماده على الكم .

• أن الإعلام القائم على الأصالة ، وإن قل حجمه ، يمكن أن يقوى على الإعلام القائم على التزييف وإن كبر حجمه .

• إن جهود سنوات قليلة بمتابعة وإخلاص يمكن أن تكون شيئاً يقف على قدميه إزاء جهود أخرى عمرها أجيال وقرون .

• أن شعار « الإعلام الصهيونى الذى لا يقهر » ، شعار خرج من دائرة الحقيقة العلبية إلى دائرة اللا حقيقة .

٨ - إعلام له تاريخ

منذ فجر الاسلام

كان الطريق شاقاً أمام الإعلام العربي للإعلام الصهيوني في هذه الفترة مواجهة مقاتل لقلمة ، لكن هذا المقاتل ، الذي يمثل الإعلام العربي ، قد استطاع في ثلاثة ميادين : ميدان الحرب ، وميدان الدبلوماسية . وميدان الإعلام ، وقد أثبتت الأحداث منذ يونيو سنة ١٩٦٧ حتى الآن أن الحركات العربية في ميدان الإعلام كانت أسرع وأفضل من غيرها .

كانت مواجهة الإعلام العربي للإعلام الصهيوني في هذه الفترة مواجهة مقاتل لقلمة ، لكن هذا المقاتل ، الذي يمثل الإعلام العربي ، قد استطاع في وقت قصير أن يفتح في جدار هذه القلمة ثغرة كبيرة كشفت للعالم كله ما وراء قلمة الإعلام الصهيوني من الأضرار المضللة . . وهكذا استطاع الإعلام العربي في هذا الوقت القصير أن يفك الكثير من حصار الإعلام الصهيوني له وبقى الكثير أيضاً . . ومن الكثير الباقي من حصار الإعلام الصهيوني للإعلام العربي الزعم بأن الإعلام العربي إعلام طائري . ليس له تاريخ ، وهو زعم يتداعى تلقائياً أمام الحقائق التاريخية بمجرد ظمورها .

إن الإعلام العربي ليس له تاريخ قريب فقط بل إن له تاريخاً قديماً يرجع إلى فجر الدعوة المحمدية التي كان الإعلام من أجدظوا مرها على النحو الذي ستحاول إجماله في هذا الحديث .

الاعلام المحمدى

لقد ذكرنا في حديث « المدخل إلى علم الإعلام » أن الكتب المقدسة كلها تعتبر في مقدمة الوثائق الإعلامية في التاريخ .. ولا جدال في أسبقية القرآن الكريم في هذا المجال للأسباب الآتية :

« القرآن هو الكتاب المقدس الذى جمع فى العصر الأول للدين الذى يبشر به ، فلم يعد هناك أى مجال لمناقشة حول أية شبهة فى تعريفه أو التصرف فى آياته .

« لغة القرآن ، إلى جانب بلاغتها الروحية كانت أبلى لغة إعلامية فى أية دعوة دينية .

أحكام القرآن لم تخل من أحكام إعلامية بحتة .

« الجانب القصصى فى أدب القرآن كان من أقوى فنون الإعلام قديماً وحديثاً .

لهذا كان من طبيعة الأشياء أن يكون الرسول العظيم الذى نزل عليه هذا الكتاب وبشر به قلة إعلامية ليس لها مثيل .

ونحن حين نتناول بالبحث الإعلام المحمدى كقاعدة فى تاريخ الإعلام العربى لا نتناول بالمقارنة وسائل الإعلام بين بعضها وبعض . . فليس شك أن لكل عصر وسائله وأدواته الإعلامية . . إنما نحن هنا نركز البحث فى الأصول الإعلامية التى أصلها الرسول بوحى من الله . وهى الأصول التى يمكن أن تكون مرجعاً فى القوانين الإعلامية مثل قول القرآن الكريم :

« أَوْحَ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْضِعَةِ الْحَسَنَةِ »

« وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ »

« لَكُمْ دِينُكُمْ وَلِيَ دِينِ »

إن هذه الآيات إنما تحدد — علباً طريق الإعلام المحمدي ... الطريق
الذي قطعه محمد رسول الله إلى آخر أبعاده : بنجاح وصفته دائرة المعارف
البريطانية تحت اسم « محمد » بقولها :

« لقد أنجز الرسول في عشرين عاماً من حياته ما عجزت عن إنجازه
قرون من جهود المصلحين اليهود والنصارى رغم السلطة الزمنية التي كانت
تساعد جهودهم ، ورغم أنه كان أمام الرسول تراث أجيال من الوثنية
والجهل والخرافات والبناء والربا والقمار وشرب الخمر واضطهاد الضعفاء
وكثرة الحروب بين القبائل ومئات من شرور أخرى » .

وأول ما يتبادر إلى الذهن أن السلاح الذي استخدمه الرسول في هذه
المنجزات ، بعد القوى الروحية التي اختصه الله بها ، هو سلاح الإعلام .

إن الطريقة التي استخدم بها محمد رسول الله هذا السلاح جديدة
بالدراسة والتزود منها على مستوى التطور في وسائل وأدوات الإعلام
الحديث .

وتتلخص دراستنا لأسلوب النبي الإعلامي فيما يلي :

« أن محمداً حين بدأ عظم النشرد لدعوته الإسلامية صعد إلى جبل
الصفا ، ونادى بأعلى صوته : « يا معشر قريش » . وما زال يكرر النداء
حتى اجتمع الناس تحت هذا المنبر الطيبى ، فأنشأ معهم حواراً حول
أوضاع المجتمع وما في رسالته من سبل لإصلاحه .

• الدعوة إلى الصلاة بالأذان^(١) ، و «الأذان» الذي شرعه النبي ، بمشاوره أصحابه ، كان تطوراً محمدياً لوسيلة الإعلام القديمة بما كان يعرف باسم «المناداة» . . . ولا نحسب أن هناك وسيلة إعلامية تجب الإعلام بطريقة «الأذان» ، حيث يوجد الآن عشرات الألوف من المساجد التي يؤذن من فوق مآذنها عشرات الألوف من المؤذنين خمس مرات كل يوم في مواقيت دقيقة الاختيار .

• صلاة الجمعة وما في أركانها من الخطبة ، والخطبة كانت وستكون دائماً من وسائل الإعلام التي لا تنقضي .

• أن النبي قد ابتدع بعرض نفسه ورسائله على القبائل طريقة إعلامية ما تزال معترفاً بها .

• أن الرسول كان يوفد البعوث الإعلامية برسائله إلى الملوك والأمراء وكان شعار الكتب التي يحملها المبعوثون إلى أولئك القادة هو «إسلم تسلم» وهو من أحكم شعارات الدعوة إلى السلام .

• أن بعثة من بعوث النبي قد تلاقحت عند نجاشي الحبشة ببعثة من خصوم الدعوة المحمدية ، فأناروا مع الآخرين جدلاً انتهى بنجاح البعثة المحمدية وفشل البعثة المضادة في تحقيق أغراضها .

• أن محمداً كان يشجع قدم الوفود الأجنبية إليه ، فإذا قدمت أعد لهم فرقة إعلامية من أنبيغ الخطباء والشعراء .

• أن هجرة النبي من مكة إلى المدينة كانت مصحوبة بما نسميه الآن «التكتيك» الإعلامي الذي أدى إلى استقبال أهل المدينة لمحمد استقبالا

(١) كتاب الإعلام لى صدر الإسلام .

أعتبر من خطى النصر للدعوة المحمدية حتى لقد سمى أهل المدينة باسم
« الأنصار » .

الإعلام المحمدي في الحرب

والآن نتقل من خطة النبي الإعلامية على المستوى الاجتماعي إلى خطته
الإعلامية في حالة الحرب . فنجد فيها البحوث الإعلامية التالية :

• أن النبي قد جهز جيشه ، لأول مرة . بفرقة إعلامية لاستطلاع
أنباء العدو ، وقد بدأ تجهيز هذه الفرقة بحديث نبوي يعتبر من بدائع الحركة
الإعلامية ، وفي هذا الحديث يقول رسول الله : « ألا من رجل يأتيني بخبر
القوم . فيجعله الله معي يوم القيامة » .

• في موقعة حنين حينما ولى جند النبي الأدبار في لحظة اضطراب بـ
إذا بمحمد ينزل إلى وسط ميدان المعركة بنفسه وينادي بأعلى صوته : « أنا
النبي لا كذب .. أنا ابن عبد المطلب » .

وقد أدت هذه الحركة ذات الطابع الإعلامي إلى نتيجتين : إلقاء
الرعب في قلوب الأعداء . وبث الطمأنينة في قلوب جنده فنادوا إلى
الميدان وأجزوا على أعدائهم ..

• عبد النبي محمد منذ أربعة عشر قرناً إلى وسيلة من أحدث وسائل
الإعلام في الحروب ، وهي التغاف المنفذين والمنفذات لأهازيج النصر
حول الجنود المقاتلين في موقعة بدر فامتلات قلوب المقاتلين المحمدين عزماً
جداً ، وهم لا يتجاوزون ٣١٣ رجلاً ، يتصرون على جيش قريش المؤلف
من ألف رجل ..

وأخيراً روى مسلم والترمذى عن النبي حديثاً يعتبر من عيون
«التكتيك» الإعلاني في الحرب .

وهذا الحديث هو «الكذب كله على ابن آدم حرام إلا في ثلاث خصال :
رجل كذب على امرأته ليرضيها ، ورجل كذب في الحرب فإن الحرب
خدعة ، ورجل كذب بين مسلمين ليصلح بينهما » .

الإعلام المحمدى في الدبلوماسية

ولا نستطيع أن نتمى من دراسة الإعلام المحمدى قبل أن نشير إلى
إعلامه على المستوى الدبلوماسى ، والكلام عن «دبلوماسية» الرسول
كلام يحتاج إلى كثير من المحاذرة لمساكنته الروحية التاريخية التى خصه
الله بها . . إلا أن هناك مثلاً واحداً على الأقل يمكن إبرازه فى الإعلام
الدبلوماسى على عهد الرسول . . وهذا المثل هو تخطيطه الإعلامى الرائع
فى مواجهة الدعايات اليهودية فى المدينة ، وهو التخطيط الذى أدى إلى إبرام
أول معاهدة فى التاريخ بين المسلمين واليهود . . وكيف استطاع النبي
بقوة إعلامه أن يصوغ هذه المعاهدة صياغةً تنتهى إلى إقرار مبادئ التعايش
السلى بين الفريقين على النحو الذى يعتبر حتى الآن هدف مشروعات
الحلول السلمية فى معركة فلسطين .

. . .

من هنا كله نستطيع أن نقرر أن الإعلام العربى لإعلام له تاريخ قديم،
وأنه لم يبدأ من فراغ كما قد يظن الذين لم يعطوا دراسة هذا الإعلام حقها .

٩ - تاريخ الإعلام العربي

بين فترات القوة والضعف

يعتبر عصر الخلفاء الراشدين ، من الناحية الإعلامية البهجة ، امتداداً طبيعياً لعصر النبوة . . وقد حدد الخليفة عمر بن الخطاب هذا الامتداد بالقرار الأميري الذي أصدره بالإلزام الحرفي بكل ما جاء على لسان رسول الله . . إلا أن هذا العصر يمتاز على سائر عصور الإعلام العربي بأنه عصر تجميع القرآن . . . عصر التخطيط للمحافظة على أكبر وأقدس وثيقة يستمد منها الإعلام العربي أقوى معنوياته ، وتقصد بهذه الوثيقة كتاب الله ، القرآن الذي نزل به الوحي الأمين على رسول الله .

وواضح أن الإعلام العربي في هذا العصر كان إعلاماً دينياً بالدرجة الأولى ، لكنه إعلام ديني يختلف تماماً عن الإعلام الصهيوني لعدة أسباب :

أولاً - أن الإعلام الديني العربي يرجع إلى وثيقة مقدسة غير قابلة للتصرف أو التحريف أو التأويل على النحو الذي أحدثته الصهيانية في الكتب اليهودية المقدسة .

ثانياً - أن الإعلام الديني العربي يقوم على مبادئ التحرير والحرية والإخاء والمساواة ، وهي المبادئ التي قذفتها الكتب تقنياً صريحاً ، بعكس ما أدخل من الصهيانية على الكتب اليهودية المقدسة .

ثالثاً - أن الإعلام الديني العربي له أهداف أساسية محددة بعكس الإعلام الديني الصهيوني الذي يرتبط بأغراض الإعلام السياسي .

رابعاً - إن الإعلام الديني العربي يقوم على حقائق مقررة ، بعكس الإعلام الديني الصهيوني الذي اعتمد كثيراً على الأسطورة .

على هذه الأركان الأربعسة قام الإعلام العربي في عصر الخلفاء الراشدين دون أن يتحول عنها كثيراً أو قليلاً إلا في أخريات هذا العصر حينما بدأت طلائع الدولة الأموية العربية في المخاض في تصادم إعلامي مع آخر جماعة من جماعات الخلفاء الراشدين لاتجاه الدولة العربية الجديدة إلى أسلوب جديد في الحكم . . . وكان قيام الدولة العربية الأموية بداية جديدة لإعلام سياسي عرن . . . لكن هذا الإعلام العربي السياسي لم يستطع ، على طول الزمان فصل الإعلام الديني عن الإعلام السياسي إلا أخيراً .

ومع هذا فقد ظل الإعلام في الدولة العربية الجديدة محتفظاً بمضمون الإعلام العربي القديم في وسائله التي كانت تتأخر في :
* الخطابة .

• رواية الشعر ومساجلاته .

• المناداة بأشكال جديدة مختلفة .

وقد أضافت الدولة العربية الجديدة إلى وسائل الإعلام العربي القديم وسيلتين :

١ - تنظيم السفارات الإعلامية .

٢ - تنظيم روايات الأخبار .

وقد ظهرت هاتان الوسيلتان الجديدتان في فتوحات العرب ، وبخاصة في أوروبا ، حيث كان الموقف السياسي يتطلب وجود رواة أخبار متخصصين ورسل إعلام متفرغين .

إعلام العصور الوسطى

ومن الحقائق التاريخية أن سقوط الدولة العربية الكبرى في العصور الوسطى لم يؤثر في مضمون الإعلام العربي القديم ، وهي ظاهرة ينفرد بها هذا الإعلام ، إذ ظلت الدعوة إلى كلمة الله ودين الحق مضمون الإعلام العربي السائد بين العرب جميعاً ، ومن حولهم كل المسلمين ، إلى أن أخذت البلاد العربية تشكل مع الظروف الدولية المعاصرة في القرن العشرين . . . وكان ذلك لسببين :

الأول - إن المسلمين العرب كانوا يرون في الدعوة الإعلامية لدينهم صخرة النجاة من النكسات التي تصيبهم .

الثاني - قيام الدولة الإسلامية العثمانية بعد سقوط الدولة الإسلامية العربية ، واحتواء الدولة الإسلامية الجديدة للعرب .
غير أن السبب الثاني من هذين السببين كان هو طريق الإنطلاق إلى الإعلام العربي المستقل الجديد في أعقاب سقوط الدولة العثمانية مع بدايات القرن العشرين .

وقبل أن تنتقل إلى مرحلة إستقلال الإعلام العربي الجديد ينبغي أن نلقى نظرة على مؤشرات الإعلام الإسلامي الذي ظل يتابع كل تحركات الإعلام السياسي عند العرب إلى فجر القرن العشرين ، . . . ويلتقط من هذه التحركات على سبيل المثال ، مضمون الإعلام عند داعية وطني كبير هو الزعيم المصري مصطفى كامل .

لقد أنشأ مصطفى كامل مجلّة عربية وأجنبية بين ١٩٠٠ - ١٩٠٨ للدعوة الوطنية . لكنه في نفس الوقت قد أنشأ مجلّة إسلامية كبرى هي

مجلة « العالم الإسلامى » فأعطى بذلك طابع العصر للإعلام . . . وهذا الطابع واضح فى أن مصطفى كامل الذى كان يطالب باستقلال مصر وخروج الإحتلال البريطانى منها كان فى نفس الوقت يؤكد الانتماء المصرى خاصة والعربى عامة إلى الدولة العثمانية . . . لقد كان مثل هذا الموقف مفهوماً من رجال الدين ، أما من شباب حديث أتم ثقافته فى فرنسا - فقد كان هذا الموقف منه دليلاً من الأدلة التجريبية البحتة على أن مضمون الإعلام العربى قد ظل إلى هذا العهد مضموناً دينياً إلى جانب مضمونه السياسى .

الاعلام على مستوى القومية

ولم يكن المضمون الدينى للإعلام العربى شيئاً غير مرغوب فيه . . . بل على العكس كان ضرورة فى مواجهة الإعلام الدينى الصهيونى لو أحسن استخدامه . . . لكن مقتضيات الظروف السياسية التى أطاحت بالعالم العربى كانت تتطلب إلى جانب هذا الإعلام « إعلاماً قومياً » يحتأى بقاوم مزاعم القومية اليهودية . . . وهو الأمر الذى تلبه إليه الداعية السورى عید الرحمن الكواكبي الذى نشأ فى حلب سنة ١٨٥٤ .

كان الكواكبي أول داعية فى العصر الحديث لىكى تسترد القومية العربية أبعادها الخاصة . وقد رتب هذه الدعوة على ما كانت الدولة العثمانية فى أواخر عهدها تسوم به بعض العرب . . . وهو الأمر الذى يبدو واضحاً فى كتابه « طبائع الاستبداد » الذى يشبهه مؤرخو الأدب العربى بكتاب « العقد الاجتماعى » الذى أصدره المفكر الفرنسى جوستاف لیبون من قبل واعتبر وثيقة من وثائق الإعلام العصرى الأوروبى فى حينه .

وهذا الاتجاه يبدو واضحاً فى إنضمام عبد الرحمن الكواكبي إلى أسرة تحرير جريدة المؤيد المصرية فى خاتمة القرن التاسع عشر وتخصصه فى هذه الدعوة على صفحات هذه الجريدة المصرية فضلاً عما كان ينشره فى

هذا الاتجاه في جريدة «الشهاب» التي كان هو منسقها وعمرها بمدينة حلب.
وليس من شك أن الثورة العربية التي ظهرت في مقدمات القرن العشرين،
وبخاصة في سورية ولبنان، بقصد التخلص من الطغيان العثماني قد تأثرت
إلى حد كبير بفكر الكواكبي.

وهنا ينبغي أن نذكر أثر ثورة سنة ١٩١٩ في مصر على إبراز الطابع
السياسي في الإعلام العربي دون الطابع الديني وحده . . . فقد ضم سعد
زغلول زعيم هذه الثورة الأقباط المسيحيين إلى مراكز القيادة في الثورة،
وكانت له في هذا الاتجاه كلمة مأثورة هي :

« لا تقل قبطي ومسلم - قل مصري »

بين الإعلام الداخلي والخارجي

على أننا نلاحظ على استقلال الإعلام العربي سياسياً عن المضامين
الدينية البحتة - أنه قد جاء في ظروف دولية مضادة للوحدة العربية . . .
وقد استغل الإعلام المضاد هذه الظروف لتفتيت الإعلام العربي على
ضرار تفتيت أراضي الوطن العربي الواحد . . . وكانت نتيجة ذلك أن
الإعلام العربي في هذه المرحلة قد ركز على الاهتمامات الداخلية في كل
الأقاليم العربية أكثر من الاهتمامات الوحدوية والخارجية .

ونحن نستطيع أن نحدد هذه المرحلة بالفترة بين سنة ١٩٢٢، سنة
سياسة الانفصالات التي فرضت على البلاد العربية سواء من المحيط الخارجي
الدولي أو من جانب الدول الكبرى، دول الاستعمار، إلى سنة ١٩٤٧.

وكذلك نستطيع أن نعتبر سنة ١٩٤٧ سنة الانطلاق بالإعلام العربي

الى المجال الخارجى والى مشارف الفكر العربى الوحيدى الجديد نتيجة
لإسبيين :

الأول — انتقال قضية فلسطين الى المحافل الدولية .

الثانى — عرض النزاع المصرى البريطانى على المنظمة الدولية .

لقد فتح هذان السبيلان الطريق أمام الإعلام العربى لىكى يتخطى الحدود
لداخلىة الى الحدود الخارجىة وأن يتطور مع الأيام ومقتضياتها الى ما نحن
فيه الآن .

—————

١٠ - الاعلام الفلسطيني

كانت المواجهة بين الإعلام العربي وبين الإعلام الصهيوني تدور فيما تدور دائماً حول الأطلّاع ، من الجانب الصهيوني ، واسترداد الحق المضاع ، من الجانب العربي ، أى أن هذه المواجهة كانت تدور قبل أى شىء آخر حول فلسطين . فأين يكون موقف فلسطين بالذات من هذه المواجهة ؟

هذا ما لم تصل اليه الأبحاث الإعلامية حتى الآن على اعتبار أن الإعلام العربي وحدة واحدة في النهاية . لكن الظروف التي جددت على الإعلام العربي مع الحركات العربية في مختلف الاتجاهات لابد أن تلفت النظر إلى قيام إعلام عربي جديد ، هو الإعلام الفلسطيني الوليد ، الذي يحتم على الباحث الإعلامي أن يسجل آثاره ، وهذا ما سنحاوله في هذه التتمة للحدث عن الإعلام العربي والإعلام الصهيوني والصراع بينهما.

طبيعة الاعلام الفلسطيني

إننا إذا أخذنا بطريقة البحث المقارن بين الإعلامين المتصارعين ، وإذا قررنا أن الإعلام الإسرائيلي ، ليس إلا جزءاً من الإعلام الصهيوني ، كذلك فإننا نجد أننا أمام الحقيقة الماثلة ، وهي أن الإعلام الفلسطيني ، ليس إلا جزءاً من الإعلام العربي . . إما في التخصيص فإن لكل جوء تاريخه ، وتاريخ الإعلام الفلسطيني ليس إلا صورة مطابقة للسكان الفلسطيني نفسه .

كانت فلسطين إلى ما قبل الحرب العالمية الأولى جزءاً من الدولة العلية ، ثم صارت جزءاً من الثورة العربية التي ظهرت خلالها في مرحلة الحرب العالمية الأولى . . وفي هذه المرحلة لم يكن من طبيعة الأشياء أن

يوجد إعلام فلسطيني قائم بذاته . إنما كان الإعلام الفلسطيني في هذه المرحلة عضواً في شركة الثورة العربية الشاملة على الأوضاع القديمة بحيث لا يمكن هنا تحديد طابع مميز لإعلام عربي عن الآخر .

ثم جاءت المرحلة التالية بعد تقسيم العالم العربي الذي تم بقرارات مؤتمر الصلح لحساب دول حلفاء الغرب التي اشتهرت في هذه الحرب .. وفي هذه المرحلة بدت ملامح الإعلام الفلسطيني تظهر تدريجياً حتى أخذت الشكل المميز لها عن طريق الصحافة الفلسطينية الجديدة التي اشتركت في قيادة الثورة الفلسطينية الأولى سنة ١٩٢٩ . ومن الواضح أن المفاهيم الإعلامية الفلسطينية في هذه المرحلة كانت تناف عليها النزعة الدينية الإسلامية للظرف الخاص الذي وضعت فيه فلسطين في مواجهة الزحف الصهيوني القائم على أشكال ديلية يهودية .

وفي هذه المرحلة بدت آثار الإعلام الفلسطيني تظهر في تشكيل وفود الدعاة لقضية فلسطين . لقد كانت هذه الوفود ذات طابع إسلامي في الدرجة الأولى . كان الغادة في هذه الوفود أغلبهم من رجال الدين الإسلامي في فلسطين ، وكان يشترك معهم على قدم المساواة قادة مسلمون من البلاد العربية الأخرى . ونخص منهم بالذكر السياسي المصري محمد علي علوبة « باشا » والسياسيان الهندويان المسلمان الأخوان محمد علي وشوكت علي .

ونجح الإعلام الفلسطيني بهذه المفاهيم يومئذ نجاحاً كبيراً كان مظهره الأكبر في انعقاد المؤتمر الإسلامي بالقدس . وهو المؤتمر الذي هو بإعلامه المحافل الدولية ، فاذا بعصبة الأمم توفد إلى القدس لجنة دولية للتحكيم

بين العرب واليهود ، وإذا بهذه اللجنة ، على ضوء الحقائق التي عاينها الإعلام الفلسطيني على إقرارها ، تصدر قرارها لصالح العرب في سنة ١٩٣٠ .

أعلام سنة ١٩٣٦

لقد كان صدور هذا القرار أول نصر للإعلام الفلسطيني . لكن «التكتيك» السياسي الاستعماري الشريك للصهيونية في مقاومة الكيان الفلسطيني العربي قد انتهى بهذا القرار إلى أن يندو مجرد حركة تهدئة للثورة الفلسطينية الأولى .

وتنبه الجيل الفلسطيني الجديد إلى هذه الحركة فقام بثورته الثانية العارمة في سنة ١٩٣٦ . متجاوباً في هذه الثورة مع ثورة شباب مصر على أساليب الاستعمار في سنة ١٩٣٥ . وهو التجاوب الذي التقط الإعلام الفلسطيني خيوطه وأخذ مساراً جديداً له وجهان :

الوجه الأول : مشاركة فريق من رجال الصحافة الفلسطينية في تحرير صحف البلاد العربية الأخرى مشاركة أبرزت الموقف الفلسطيني على صفحات هذه الصحف .

الوجه الثاني : استقدام بعض شباب الصحفيين من مصر للمشاركة في تحرير بعض الصحف الفلسطينية . وكانت هذه أول مرة في تاريخ الصحافة العربية يخرج فيها صحفيون مصريون للعمل العربي المشترك في صحف خارج بلادهم .

الاعلام وبيع الأراضي

في هذه المرحلة أرادت الصهيونية أن تقوم بحركة التفاف من نوع جديد يثبت أقدامها على أرض فلسطين ، وهي الحركة التي كانت تتمثل في

انتشار ممارسة الأرض لشراء الأراضي الزراعية من عرب فلسطين لحساب اليهود . وقام الإعلام الصهيوني في هذه الحركة بنصب واسع النطاق ليصور للعالم في الداخل والخارج أن الصهيونية إنما تشتري الأراضي الفلسطينية بما لها وبرضاء أصحابها .

وهنا قام الإعلام الفلسطيني بحركة مضادة ناجحة أثبتت ما يأتي :

* أن الأراضي المزروعة التي استطاع اليهود شراءها لم تتجاوز في المائة من مجموع مساحة الأراضي المزروعة في فلسطين .

* أن أصحاب الأراضي المباحة كانوا من طبقة الإقطاعيين .

* أن الإقطاعيين الذين باعوا أراضيهم لممارسة اليهود كانوا مجموعة من الأسر ليس أغلبها من العنصر الفلسطيني الخالص ، بل من العناصر التي لا يمتنيتها ، من الناحية الشخصية البحتة ، أن يكون لها مقام في فلسطين .

وفي هذه الأثناء استخدم الإعلام الفلسطيني كل أسلحته ، ومنها الشعر ، فظهرت من جانب شعراء فلسطين حركة تعبئة ضد بيع الأراضي تذكر منها ، علي سبيل المثال ، قصيدة الشاعر الفلسطيني إبراهيم طوقان التي يقول فيها :

يا بائع الأرض لم تحفل بمقاومة

ولا تعلمت أن الخصم خداع

لقد جنيت على الأحفاد ياхни

وم عبيد وخدام وأشياع

وغرك الذهب اللعاع تحمزه

لأن العراب كما تدريه لماع

فكر بموتك في أرض نشأت بها

واترك لقبرك أرضاً طولها باع

الاعلام الفلسطيني في المرحلة الجديدة

كانت هذه مرحلة من مراحل الإعلام الفلسطيني لثلاث مراحل أخرى في أعقاب قيام إسرائيل ما تزال تحقق طامعها الجديد ، حتى استوى هذا الطابع المعاصر للإعلام الفلسطيني بظهور الكيان الفلسطيني الجديد في حركة المقاومة ابتداء من سنة ١٩٦٥ . وفي هذه المرحلة تخطى الإعلام الفلسطيني الوليد الجديد أساليب الإعلام القديمة إلى الأساليب المعاصرة . فظهرت حركة إعلام فلسطينية جديدة نابعة من حركة المقاومة معتمدة على ما يأتي :

- إنشاء إذاعات فلسطينية خاصة في مختلف المؤسسات الإذاعية العربية .
- إيفاد البعث الإعلامية الفلسطينية التي تجوب العالم كله .
- إنشاء دار لنشر المطبوعات التي يمكن أن تعنون بعنوان « إعرف عدوك » وإخراجها لإخراجاً عسرياً بمختلف اللغات .

إننا نقف وقفة دراسية إزاء الوسيلة الأخيرة من وسائل الإعلام الفلسطيني ، وسيلة نشر المطبوعات التي تكشف خبايا العدو . فنجد فيها حركة إعلامية جديدة قائمة على أسس علمية ذات أثر فعال ، بصورة أو بأخرى . في دراسة مراكز الضعف والقوة عند العدو ، وقد أفادت هذه المطبوعات كثيراً في تزويد المشتغلين بالإعلام العربي سواء على المستوى الرسمي أو المستوى الشعبي بمعلومات لا بد منها في المواجهة الإعلامية .

إننا إذاً جمعنا كل هذه الجوانب الإعلامية العربية بعضها إلى بعض وما أسفر وما سيسفر عنها مستقبلاً لخرجنا بحقيقة واقعة هي أن النظرة العلمية إلى الإعلام العربي تبدو الآن أوسع من النظرة العلمية إلى الإعلام الصهيوني .

خلاصة البحث

١ - المدخل في علم الإعلام :

• اصطلاح علماء الإعلام على تسمية هذا العلم باسم « علم الاتصالات الإنسانية » .

• وظيفة هذا العلم : الاتصال الفكري بالجمهور .. الإتفاع .. العلاقات العامة .

• عصور الإعلام هي :

١ - عصر الرمز

٢ - الحفر

٣ - الإعلام الفردي

٤ - الجماعي

٥ - الصحافة ومشتقاتها

• رسائل الإعلام وتكوين الرأي العام هي : الإرسال . الاستقبال . أدوات الاتصال بين الإرسال والاستقبال .

• أدوات الإعلام القديمة هي :

١ - الإعلام بإشعال النار

٢ - بدق الطبول

٣ - بالنقش على الحجر

٤ - الإعلام بورق البردى

٥ - د . النداء الصوتي

* وسائل الإعلام الحديثة هي :

١ - الخطابة ومشتقاتها

٢ - المسرح ومشتقاته

٣ - الطباعة

٤ - الإضاءة

٥ - الإذاعة

* الوظائف الإعلامية التقليدية هي :

١ - الخطيب

٢ - الكاتب

٣ - الصحفي

٤ - الملحق الصحفي

٥ - المذيع

٦ - موظف العلاقات العامة

..

٢ - الإعلام الصهيوني وأساليبه القديمة :

* الإعلام الإسرائيلي جزء من الإعلام الصهيوني .

* الإعلام الصهيوني شريك الإعلام الغربي .

• وسائله الظاهرة هي :

- ١ - ملكية المؤسسات الإعلامية
 - ٢ - السيطرة على القوى البشرية في أجهزة الإعلام
 - ٣ - د • على مصادر التمويل الإعلامي
- وسائله المستترة هي العمل على الاحتكار في المجالات الآتية .

١ - صناعة الأفلام الحام

٢ - د ورق الصحف

٣ - د أحبار الطباعة

٤ - هندسة آلات الطباعة

• أقسام الإعلام الصهيوني هي :

١ - الإعلام الديني

٢ - د النفس المقتنع

٣ - د د السافر

٤ - د السيامي

٥ - د الاقتصادي

٣ - جوانب الإعلام الصهيوني :

• للإعلام الصهيوني أهداف تقليدية بعضها مقتنع وبعضها سافر ، وهي تتلخص فيما يأتي :

١ - الزعم بأن اليهود هم أصل الحضارة

- ٢ - الزعم بأن اليهود هم أهل الكفاية
- ٣ - الزعم بأن اليهود هم الرواد الأوائل في العلوم
- ٤ - الزعم بأن اليهود هم الرواد الأوائل في الاقتصاد
- ٥ - تشكيك غير اليهود في معتقداتهم
- ٦ - احتواء عواطف العالم المسيحي
- ٧ - الحلول محل الاستعمار
- ٨ - البقاء اليهودي على أساس قومي
- ٩ - قيام إسرائيل

١٠ - الهجوم من إسرائيل على القومية الغربية

٤ - الإعلام الصهيوني وأسااليه الحديثة :

- * تسخير النظريات النفسية لصالح الصهيونية
- * الترويج لنظريات نفسية معينة بقصد تفتيت القيم لدى الآخرين
- * احتواء بعض النظريات وبعض الشخصيات العلمية والفلسفية لاستخدامها في قلب نظام الفكر في العالم
- * خلق نظريات اجتماعية متطرفة بقصد تبرير سياسة الصهيونية العدوانية
- * الأسلوب العاطفي والأسلوب المادي للإعلام الصهيوني :
- * الاعتماد على القصص التي تحبذ التطرف الجنسي وتمجد البطولات العدوانية
- * الدعاية لحركات الشباب التي تبرر الانحراف

- * الدفاع المستر عن الجرائم التي ترتكب ضد النظام الاجتماعى
- * إقحام السياسة المصرفية على سياسة الدول
- * استخدام الديون كوسيلة للتحكم السياسى
- * خلق تعريفات اقتصادية كاذبة بقصد احتواء الأفكار فى الدول النامية

..

٦ - الإعلام العربى والمؤامرة التى واجهته :

- * فرض الحصار عن طريق الاستعمار على الإعلام العربى فى الداخل والخارج بمساعدة الصهيونية
- * حجب الحقائق عن العرب وحجب حقائق العرب عن العالم الخارجى
- * النقص فى الإعلام العربى من ناحية الإعلام الخارجى
- * النقص فى وسائل التحليل الإعلامى
- * خطأ الاعتماد على الإعلانات بدلا من تنظيم العلاقات العامة فى الماضى
- * خطأ عدم التركيز على تصحيح بعض المعتقدات المسيحية بواسطة رجال الدين فى مواجهة الإعلام الدينى الصهيونى
- * مقاومة الأخطاء السابقة كما تبدو من :
 - ١ - تحركات الداعية المصرى مصطفى كامل
 - ٢ - « السورى عبد الرحمن الكواكبي »
 - ٣ - الاعتماد الحديث على المؤتمرات الصحفية

..

٧- الإعلام العربي الحديث وتجربة الخطأ والصواب :

- الإذاعة الموجهة بأربع وثلاثين لغة من القاهرة
- التحركات الصحفية العربية في الخارج
- دعم شباب البحوث العلمية بالمعلومات
- تحركات المجلس الأعلى للشئون الإسلامية
- تحركات مكاتب جامعة الدول العربية
- إدخال دراسة الإعلام في معهد الدراسات العربية
- إنشاء معهد للإعلام بجامعة القاهرة
- ظهور آثار هذه النهضة العربية الإعلامية في الخارج على النحو الآتي :
- ١ - زيادة عدد الأصوات المؤيدة للعرب
- ٢ - ميل ميزان الصحافة العالمية لصالح العرب
- ٣ - اهتمام الفاتيكان بمقدسات القدس وحقوق العرب وسلام الشرق الأوسط
- ٤ - شكوى إسرائيل من ارتفاع صوت العرب
- ٥ - تنظيم أسابيع إعلامية عربية مشتركة في الخارج واشتراك الأجناب فيها
- ٦ - اهتمام الأمم المتحدة بدراسة الإعلام العربي
- ٧ - ظهور أصوات من إسرائيل تعارض سياستها

٨ - إعلام له تاريخ منذ فجر الاسلام :

- القرآن كأقوى وأقدس وثيقة إعلامية عربية
- اعتماد النبي محمد في دعوته على أساليب إعلامية مثالية
- وسائل الاعلام المحمدى العامة : الأذان . الحوار المفتوح . إيفاد البعث . استقبال الوافدين .
- من وسائل الإعلام المحمدى في الحرب : تشكيل فرق الاستعلامات . تشكيل فرق الإنشاد
- من وسائل الاعلام المحمدى في الدبلوماسية : عقد معاهدة السلام بين المسلمين واليهود في المدينة .

٩ - تاريخ الإعلام العربى بين فترات الضعف والقوة :

- مسيرة الإعلام في عصر الخلفاء الراشدين على منوال الإعلام النبوى .
- الإعلام في الدولة العربية الجديدة وتنظيمه لأعماله : رواية الأخبار . ومساجلات الشعراء
- إعادة تنظيم الإعلام الدينى بعد سقوط الدولة العربية
- اختلاط الدعوة الإسلامية بالدعوة القومية إلى أواخر القرن التاسع عشر ومقدمات القرن العشرين
- ظهور الدعوة لاستعادة كيان القومية العربية
- انحصار الإعلام العربى فى الداخل خلال فترات مقاومة الاستعمار
- اتجاه الإعلام العربى إلى الخارج بظهور قضية فلسطين

١٠ — الإعلام الفلسطيني :

- فرع جديد من فروع الإعلام العربي يستحق الدراسة
- الإعلام الفلسطيني في مواجهة الإعلام الاسرائيلي
- اندماج الاعلام الفلسطيني في الإعلام الاسلامي . ثم اندماجه في الإعلام العربي العام
- ظهور إعلام فلسطيني مستقل منذ سنة ١٩٢٩
- أثر الإعلام الفلسطيني في المؤتمر الاسلامي بالقدس ولجنة التحكيم الدولية سنة ١٩٣٠ .
- الإعلام الفلسطيني وراء ثورة سنة ١٩٣٦
- د د وراء مقاومة بيع الأراضي
- إقامة إعلام فلسطيني عصري مع حركة المقاومة ابتداء من سنة ١٩٦٥

